

REDESIGN AF CRANKS & COFFEE

Anja Holst Nielsen
Atle Már Guðmundur Winther
Nikolaj Boy Sørensen
Rozala Michelle Dyhl Rafn
Gruppe: 22

BRUGERNAVN: kea
PASSWORD: kea

http://nboy.dk/kea/03_video/03_redesign/finalsite/index.html
<http://rozala.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/index.html>
<http://anjaholstnielsen.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/index.html>
<http://hejverden.com/kea/03-video/03-redesign/finalsite/>



INDHOLD

- ⦿ Beskrivelse af målgruppe
- ⦿ Analyse af eksisterende website
- ⦿ Koncept og idé
- ⦿ Styletile
- ⦿ Wireframes
- ⦿ Layout diagram
- ⦿ Kodning
- ⦿ Beskrivelse af test og testresultater (SEO test)
- ⦿ Refleksion over processen

Bilag:

- ⦿ Gruppekонтракт
- ⦿ BERT test - dokumentation
- ⦿ Ekspert test

ANALYSE AF EKSISTERENDE WEBSITE

5 SEKUNDERS TEST

Vi har fået 3 medstuderende til at lave en 5 sekunders test på på Cranks & Coffee's eksisterende hjemmeside. De tre studerende fik til opgave at kigge på sitet i 5 sekunder. Herefter vi spurgte dem om følgende:

- Hvad fik i først øje på inde på sitet?
- På de 5 sekunder ved I så hvem der er afsender?
- Hvad er jeres indtryk af sitet?

De kom med følgende bemærkninger:

"Stedet hedder Cranks and Coffee. Jeg ligger først mærke til baggrunden med videoen, fordi den fylder så meget og er i bevægelse"

"Sitet er enkelt og moderne"

"Vi er i tvivl om hvad selve konceptet er. Sælger de cykler, eller laver stedet kaffe? Vi forstår det ikke helt."

"Der er ikke særlig meget indhold, så vi kan ikke finde ud af hvem de er, andet end de hedder Cranks & Coffee"

Vi kan ud fra vores 5 sekunders test kan vi konkludere, at sitet er rigtig fint, enkelt og moderne men det mangler et budskab. Det er uklart hvem afsenderen er, hvis man ikke i forvejen kender til dem. Vi vil i vores redesign bibeholde enkeltheden og den moderne stil.

Vi vil også gøre det klart, hvem afsenderen er og hvad virksomheden står for, da det står meget uklart for. Cranks & Coffee ønsker at stedet er for cykelglade typer, men at enhver anden person også kan komme ind til en kop kaffe med hyggelig stemning. Dette ønsker vi at gøre klart i vores redesign.

BERT TEST

Vi har også lavet en BERT test ud fra Cranks & Coffee eksisterende hjemmeside. Her har vi stillet spørgsmål, som spørger ind til hvilke indtryk og meninger andre personer har til hjemmesiden ud fra deres førstehåndsindtryk.

Vi har stillet 7 spørgsmål, og modtaget 28 svar.

Ud fra de svar vi har modtaget står det klart at brugerne faktisk synes ret godt om siden. Dette stiller vi os en smule kritiske overfor, da vi ved at de brugere som har svaret på vores test, er medstuderende, og de har også kigget på andre hjemmesider som skal redesignes, og muligvis har disse design haft et endnu værre udgangspunkt. - Derfor fremstår vores site måske en smule flottere.

Vil vi til gengæld stadig tage disse tilbagemeldinger til os når vi skal lave vores redesign. Brugerne synes sitet er moderne og godt, og det vil vi også tage med os i vores nye design. Vores ønske er redesignet, er som første prioritet, at få brugervenligheden i top. Vi vil stadig have en video på sitet, dog ikke som baggrund, da nogle mener det kan være et forstyrrende element, hvilket gør sitet mindre brugervenligt.

KONKLUSION EFTER AT HAVE ANALYSET TESTS

Efter at have analyseret på 5 sekunders testen og BERT test får vi, i store træk, samme svar fra brugerne af de to tests.

Ud fra begge tests får vi konkluderet:

- ..at brugerne synes sitet er moderne og enkelt.
- ..at det er budskab samt afsender står uklart
- ..at videoen i baggrunden fylder en stor del af sitet og kan være et forstyrrende element.

SE BILAG NEDERST

KONCEPT & IDE

- **FORMÅL**

Igennem vores redesign af Cranks & Coffee, er vores formål at ombygge og forbedre deres eksisterende hjemmeside ved at gøre ideen bag cafeen tydeligere og dermed vil hjemmesiden blive mere brugervenlig. Det er en hyggelig cafe specifikt lavet til cykelentusiaster, og det skal man kunne fornemme på deres hjemmeside.

- **IDE**

Vi har valgt at vores redesign skal tage udgangspunkt i "flat design". Dermed vil vi have et fokus på en moderne, flad og ligetil stil. Siden skal naturligvis kunne tilpasse sig til de forskellige devices. Bl.a skal den kunne passe til mobil, tablet og et browservindue.

- **TYPOGRAFI**

I forhold til typografi har vi taget udgangspunkt i virksomhedens logo. Det er simpelt og uden serif. Derfor bruger vi en font som ligner logo typografen meget. Denne font bruger vi til alt indhold i på hjemmesiden.

- **FARVER**

Vi har valgt at bruge jordfarver, da det passer godt til en cafe som servere kaffe. Derudover er farverne varme, hvilket skal give en varm og hyggelig stemning til sitet. Vi holder baggrunden hvid, for at holde det simpelt og stilrent.



STYLETILE

SIMPELT
MODERNE
HYGGELIG

OVERSKRIFTER DIN CONDENSE

H1, H2, H3. FONT WEIGHT 500

BRØDTEKST DIN CONDENSE

FONT WEIGHT 300, 400.



#FFFFFF

#E9DBD3

#F6EAE3

#BF9889

#CFB1A5

#593930

#77544B

#381E17

#523225

#000000

#2D2D2D

Redesignet vil indeholde billeder som vil være med til at fortælle om stedet og give brugeren en oplevelse af en hyggelig stemning. Sitet vil være simpelt og moderne, og der vil være en klar rød tråd igennem sitet med disse farver. Alt dette tilsammen vil skabe en pæn moderne brugervenlig hjemmeside for Cranks & Coffee



CRANKS & COFFEE

[VELKOMMEN](#)[PROFIL](#)[MENUKORT](#)[KONTAKT](#)

VELKOMMEN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed cursus quam eget sapien rhoncus finibus. Vivamus sit amet dui lorem. Phasellus in lectus arcu. Sed sit amet mollis magna. Sed volutpat nisi nec purus viverra gravida.

Nullam id consectetur libero, sed accumsan ligula. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam vel elit varius, pellentesque enim non, blandit sapien. Vestibulum id scelerisque risus



IMG

IMG

IMG

IMG

IMG

IMG

IMG

IMG

IMG

IMG

IMG

IMG

PROFIL

VORES SERVICE

Nulla efficitur velit ut tortor elementum, nec luctus massa consequat. Pellentesque nec suscipit tellus.

Nam malesuada auctor arcu, ut varius neque tempor in. In velit eros, molestie sit amet tortor id, auctor.

HVOR FINDER DU OS

Nulla efficitur velit ut tortor elementum, nec luctus massa consequat. Pellentesque nec suscipit tellus.

Nam malesuada auctor arcu, ut varius neque tempor in. In velit eros, molestie sit amet tortor id, auctor feugiat nunc.

HOLDET BAG

Nulla efficitur velit ut tortor elementum, nec luctus massa consequat. Pellentesque nec suscipit tellus.

Nam malesuada auctor arcu, ut varius neque tempor in. In velit eros, molestie sit amet tortor id, auctor feugiat nunc.

NYHEDER

Nulla efficitur velit ut tortor elementum, nec luctus massa consequat. Pellentesque nec suscipit tellus.

Nam malesuada auctor arcu, ut varius neque tempor in. In velit eros, molestie sit amet tortor id, auctor feugiat nunc.

BAGGRUND SPLASH IMAGE

MENUKORT

HOT DRINKS

	M	L
DB. ESPRESSO	25	
CAFÉ LATTE	32	37
CAPPUCINO		37
CORTADO	32	
FLAT WHITE	32	
HOT CHOKOLATE	32	37
TEA		32
ESPRESSO MACCHIATO	30	
AMERICANO	25	



CRANKS & COFFEE

COLD DRINKS

COCA COLA	20
RED BULL	25

TO EAT

SANDWICH	55
CAKE	30
GRILLET TOAST	35

KONTAKT



Klampenborg
Station

KONTAKT OPLYSNINGER

Cranks & Coffee 152
Dyrehavevej 8
2930 Klampenborg

Telefon nr: +45 20 10 21 00

Mail: Info@cranksandcoffee.dk

ÅBNINGSTIDER

Mandag: 12.00 - 20.00

Tirsdag: Lukket

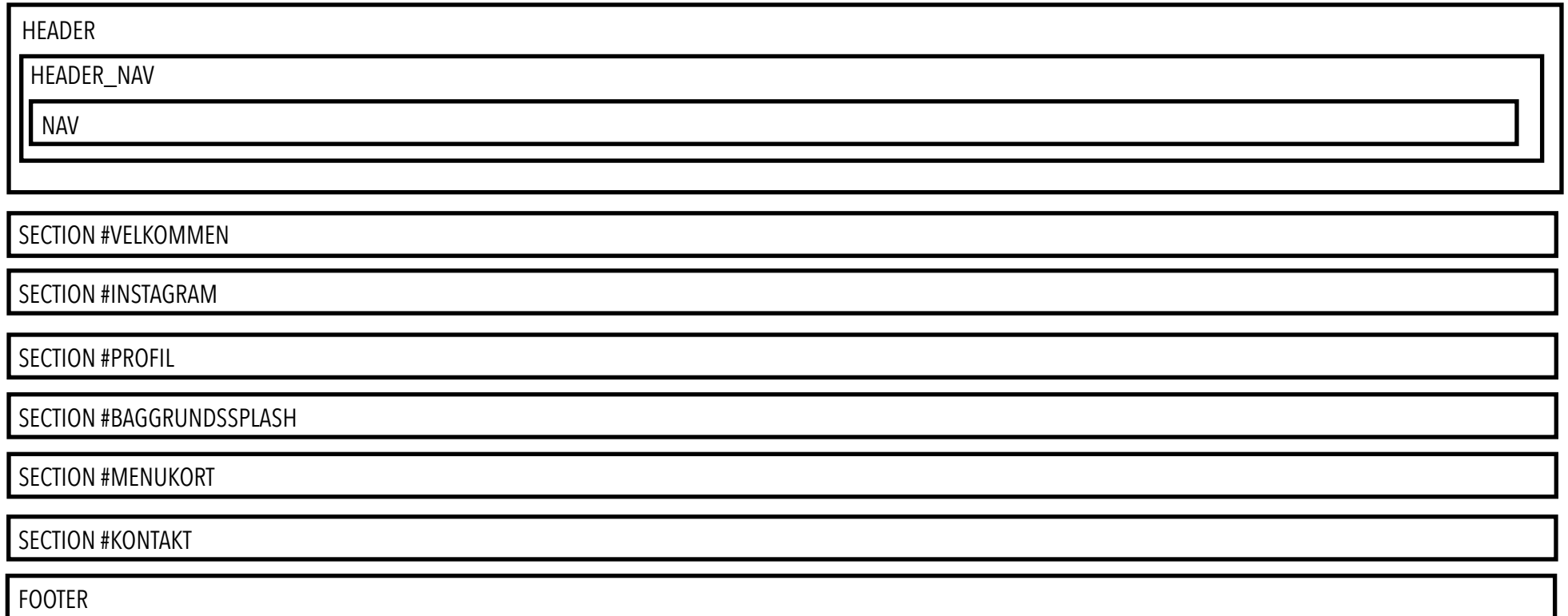
Onsdag - Fredag: 10.00 - 18.00

Lørdag - Søndag: 10.00 - 16.00

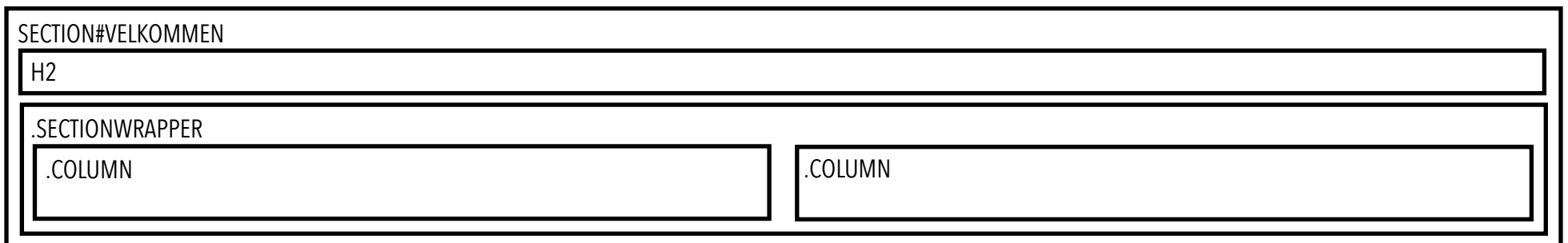
[Find os her](#)



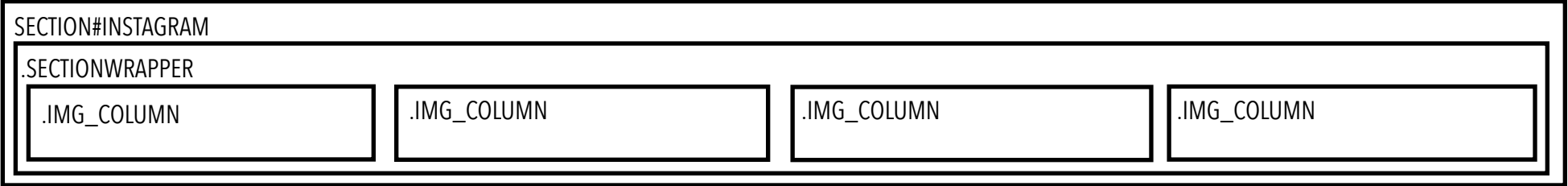
LAYOUT DIAGRAM



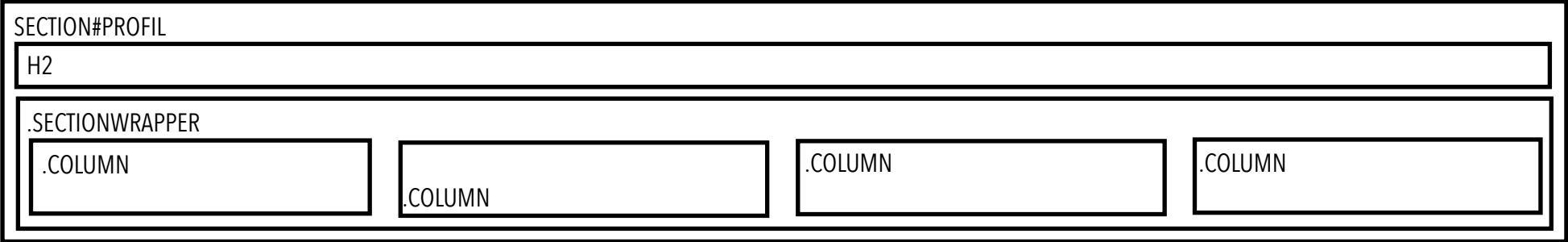
VELKOMMEN



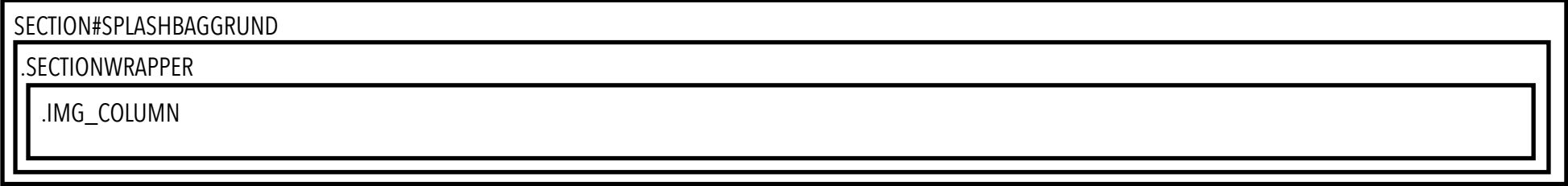
INSTAGRAM



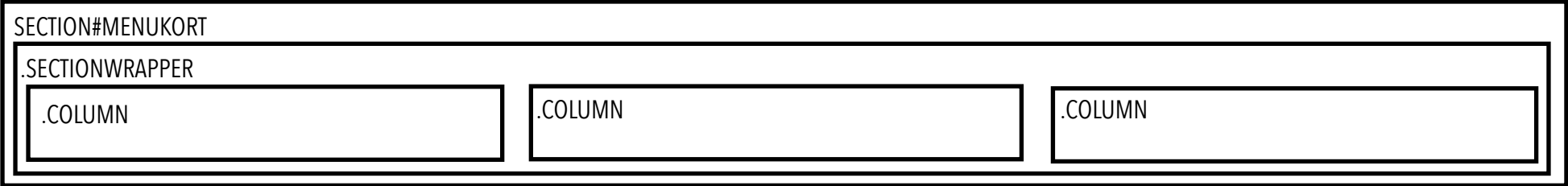
PROFIL



SPLASHBAGGRUND



MENUKORT



KONTAKT

SECTION#KONTAKT	
.SECTIONWRAPPER	
.COLUMN	.COLUMN

KODNING

KODNING:

Vi har kodet sitet med html og css, og gjort sitet responsive med Flexbox og Media Queries. Vi vil gerne fremhæve noget CSS som vi selv har fundet frem til via google søgning og egen viden.

Parallax Scrolling:

Vi ville skabe noget bevægelse i sitet, og der fandt vi på dette baggrundsbillede som skulle kunne scrolle i baggrunden af sitet. Dette mener vi, at skaber noget godt for vores site

https://www.w3schools.com/howto/howto_css_parallax.asp

Scroll menu:

Vores site er onepage, og når der trykkes på et menupunkt, bliver man smidt ned til den tilhørende section. Vi ville gerne skabe en effekt, som skulle gøre at når der trykkes på et menupunkt scroller/slider sitet stille og roligt ned til den tilhørende section. Her fandt vi hurtigt ud af vi måtte rode os ud i noget JavaScript, men dette lykkes os, og vi er blevet rigtig glade for resultatet.

JavaScript delen, Smooth Scroll to Section ses til højre!

```
<script src="https://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/3.2.1/jquery.min.js"></script>
```

```
<script>
$(document).ready(function(){
  // Add smooth scrolling to all links
  $("a").on('click', function(event) {
```

```
    // Make sure this.hash has a value before overriding default behavior
    if (this.hash !== "") {
      // Prevent default anchor click behavior
      event.preventDefault();
```

```
      // Store hash
      var hash = this.hash;
```

```
      // Using jQuery's animate() method to add smooth page scroll
      // The optional number (800) specifies the number of milliseconds it
      takes to scroll to the specified area
      $('html, body').animate({
        scrollTop: $(hash).offset().top
      }, 1000, function(){
```

```
        // Add hash (#) to URL when done scrolling (default click behavior)
        window.location.hash = hash;
      });
    } // End if
  });
});
</script>
```

SEO TEST

SEO TEST

Vi har kørt vores site igennem disse to sider.

<http://seositecheckup.com>

<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>

Vi fik afvide at mobile friendly at sitet var mobilvenligt.

Seo testen fortalte os en masse fejl.

Flere af disse fejl fik vi hurtigt rettet på.

Vi fik indsat en meta description, Favicon Og vi fik komprimeret vores meget store billeder til nogle mere passende størrelser.

REFLEKSION OVER PROCESSEN

REFLEKTION OVER OPGAVEN:

At arbejde med redesign af "Cranks & Coffee" hjemmesiden, har været en spændende opgave. Da deres hjemmeside ikke var voldsom grim til at starte med, lod det til at være lidt af en udfordring.

Vores plan har været at bringe mere fokus på hvem Cranks & Coffee faktisk er, og hvad de kan tilbyde. Dette fremgik nemlig dårligt på det eksisterende site, hvilket vi fandt frem til ved vores BERT test. Flere brugere syntes siden var svær at identificere. Var det en cykelhandler? Nej, det er en cafe for cykel entusiaster, og det budskab ville vi have frem.

FRIE TØJLER

Vi har haft meget frie tøjler med opgaven, hvilket var dejligt og gjorde at vi havde chancen for at vise vores kreative side frem.

GITHUB

Alt har dog ikke været helt nemt. Et af vores største problemer har været brugen af Github. Det lykkedes os at dele et fungerende projekt med hinanden, men det blev kort efter klart for os hvor svært det var at bruge. Vi synes det var utrolig svært at arbejde i på samme tid uden at få errors.

STRESSET, MEN ALT I ALT ER DET BLEVET GODT

En anden ting, var den lange rapport som skulle laves omkring projektet. Denne rapport virkede uoverskuelig lang og uoverskuelig i starten af ugen. Nu er vi ved at være færdige og det er alligevel fint at lave alt materialet samlet i en flot pdf. Det tog bare meget længere tid end forhold til hvad vi havde regnet med.

En ting er sikkert, vi har ihvertfald haft mulighed for at udfolde og fremvise, ikke blot vores kodning, men også vores kreative evner. Vi ved nu mere om at kode hjemmesider, samt planlægningen som bygger op til det.

UX

I vores User Experience-test fremgik det ud fra 5 sekunders-testen, at Cranks & Coffee ved første øjekast fremstår professionelt, om end der samtidig sås tvivl om, hvorvidt de er et cykelværksted eller rent faktisk også eksekvere kaffe. Det var i høj grad dette som deltagerne i testen plæderede vakte størst undren.

BERT TEST

Ved Bert deltog 27 personer, som vi delte polært. Deltagerne kunne blandt andet svare på, hvorvidt siden fremstod gammeldags eller moderne. Endvidere kunne man placere sig inde i mellem de to polar. Simultant med polarne var spørgsmålene forankrede i emotive ladninger; adjektiver, som sandsynligvis har haft en vis konnotativ værdi hos deltagerne. Fx kunne en deltager svare på om han følte siden virkede maskulin eller feminin. Vi må antage at dette må bygge på en kulturel opfattelse af farver og former, typografi ol. Dette giver således en markant lokal indsigt i hjemmesiden, som vi meget sandsynligt kan bruge i vort øvrige arbejde med udformningen af websitet.

Grundlaget for eksekveringen af Bert skyldtes vort ønske om at lede brugerne hen på de forventninger vi selv havde om det forestående webdesign. Vi ville fx gerne have at man skulle føle sig velkommen og at gøre den overskuelig oven på vores 5 sekunders test, som fastslog, at velkomsten kunne forbedres, således at siden i løbet af de essentielle første 5 sekunder, blev reception for en forståelig velkomst om, hvad Cranks and Coffee reelt var, så der ikke længere herskede nogen tvivl om dette.

Forventningerne til siden var som følger:

Slet ikke

UI:

På baggrund af ovenstående forventninger ønskede vi at tilgå User Interfacet. Vi ville for så vidt gerne ramme en bred målgruppe differentieret ligeligt på begge køn. Dog vidste vi også, at siden skulle have en vifte af jordfarver, idet disse ville skabe en forventning om noget naturligt.

Når man ser den originale hjemmeside for første gang kan man komme i tvivl om det er en cykelbutik eller hyggelig cafe. Derfor valgte vi at lægge fokus på at man ikke skulle være i tvivl om at det er en cafe. Dette opnåede vi blandt andet ved hjælp af tests og artboards.

Derudover havde vi en ide om, at jordfarver til dels kan virke mere maskuline i deres mørke saturering, end de mere lysere nuancer, som de mere "feminine" farver har i vores vestlige kultur.

Med vores redesign ønskede vi at se på de muligheder, som farvehjulet havde. Og der fandt vi det oplagt, at bruge et analogt farvevalg. Dog med en undtagelse af en komplementær grå/hvid til den mørkebrune.

Som splashbillede brugte vi deres logo med både ikon -og typografi. Typografien skulle endvidere gå igen resten af sidens menuer og classes. Vi rentegnede ikonet, så det også kunne gå ind og bruge til at fremstå skalérbart i alle formater.

Development.

Vores development opfatter vi som en yderst frugtbar proces. Vi har benyttet en række værktøjer; grafiske som programmeringsmæssige. Og vi har opnået en succsesiv, opadstigende kurve, hele projektet igennem.

Arbejdet har været præget af en del udvikling i CSS og implementeringen classes har for en nogle sektioners vedkommende båret præg af, at vi er nye i feltet, hvorfor det development-delen i høj grad også har været en læringsproces. Vi så for eksempel en stor udfordring i implementeringen af billederne. Hvis billederne blev sat ind som en embeded "kode" fra instagram ville hjemmesiden ikke validere, hvorimod med en implementering af billeder i egne classes validerede det korrekt.


Det betød samtidig også, at vi ikke fik de muligheder med designet som vi oprindeligt ville have haft. Derudover var der visse problemer med selve positioneringen af teksten i sektionen "kontakt".

BILAG

GRUPPEKOTAKT

Gruppe medlem-mernes fulde navne	Email-adresse	Telefonnummer
1. Anja Holst Nielsen	anjaholstnielsen@live.dk	28289828
2. Atle Már Guðmundur Winther	atlemgw@gmail.com	29903496
3. Nikolaj Boy Sørensen	Nikolaj-boy@hotmail.com	27845156
4. Rozala Michelle Dyhl Rafn	Rozalamichelle@gmail.com	30611740

<u>Aftaleemne</u>	Aftalt af gruppens medlemmer
<p>Gruppens formål</p> <p>Gruppens målsætninger</p>	<p>At skabe en mere brugervenlig hjemmeside, som giver et bedre indblik i hvad virksomheden tilbyder og står for. Dette vil skabes i fællesskab med html og css.</p> <p>Målsætningen er at få lavet et redesign til den nuværende hjemmeside, som skal være mere informerede og brugervenlig. Samt implementere virksomheds videoen fra uge 39.</p>
Hvert gruppe-medlems målsætning	Alle i gruppen vil deltage i projektet, alle vil få hver deres ansvarsområde, så alle får kodet.
Hvilke kompetencer ønsker gruppen at udvikle?	At styrke vores kompetencer i html og css, samt gøre brug af github.
<p>Gruppens strategi</p> <p>(Hvordan vil gruppen sørge for at hvert enkelt medlem udvikler de ønskede kompetencer)</p>	Projektet deles med github, så alle har projektet og derved kan vi sammen dele alt.
Hvor mange timer dagligt vil gruppen arbejde sammen og hver for sig?	Vi vil bruge ca. 7 timer dagligt på opgaven. Mandag til fredag vil vi mødes på skolen. I weekenden vil vi færdiggøre projektet hjemmefra os selv, og kommunikere over facebook. (Hvis vi ikke når det til fredag)

Hvilke aktiviteter <u>udenfor</u> studiet prioriterer hvert enkelt studiemedlem?	<p>I fællesskab får vi gjort sitet groft responsive med <u>flexblox</u>. Herefter vil hvert gruppemedlem vil stå for en sektion hver på hjemmesiden.</p> <p>Anja: header og splash baggrundsbillede Alte: Instagram og kontakt Zala: velkommen og footer Nikolaj: profil og menukort</p> <p>Rapporten deles op, så alle skriv lidt til hvert punkt. Fredag sætter vi os sammen og samler rapporten i Indesign.</p>
Hvornår vil gruppen mødes for at udføre sine opgaver sammen? Mødeplan.	<p>Mandag: kl 8.30 - 13.30: Laves test + ide og koncept.</p> <p>Tirsdag: kl 8.30 - 14.00: Laves wireframes og layout diagram</p> <p>Onsdag: kl 10.00 - 15.00: kodes hele dagen</p> <p>Torsdag: kl 8.30 - 14.00: koden gøres responsive med <u>Meida Queries</u> og rapport indhold skrives. </p> <p>Fredag: kl 8.30 - 13.30: Seotest, slut bruger test, og rapport samlet.</p>
Hvordan vil gruppen gribe opgaverne/projektet an? Og samle arbejdet til fælles resultater?	<p>Der er først og fremmest oprettet en gruppesamtale på facebook som bruges til at lave aftaler.</p> <p>Alt materiale bliver delt i github og google docs.</p>
Hvilke irritations-momenter kan opstå i <u>gruppe arbejdet</u> ?	Hvis det skulle ske, at gruppemedlemmer ikke overholder aftaler.
Hvordan vil gruppen tackle problemene, hvis gruppearbejdet går i hårdknude?	Hvis der skulle opstå problemer vil vi tage kontakt til hinanden.
Hvilke barrierer (forudsigelige, uforudsigelige) kan hindre gruppen i at nå sine mål for projektet?	Hvis der opstår problemer med github, kan der opstå problemer, da vi alle er nye her.
Hvordan vil gruppen gardere sig mod ovenstående?	Få styr på alt github senest tirsdag, da der er undervisere til stede.

Hvordan vil gruppen til sidst i projektforløbet evaluere sit samarbejde og sin evne til at nå sine mål?	Hvert gruppemedlem vil gennemgå det endelige resultat, og sammen følge op på det endelige resultat.
Hvilke fordele ønsker gruppen at høste af at have lavet <u>samarbejds-aftalen</u> ?	At sikre at gruppen er enige om alle mål, samt sørger for at alle gruppemedlemmer overholder aftalerne.
Hvordan vil I sikre deling af materiale i gruppen? (f.eks Google <u>drey</u> eller dropbox.)	Vi vil benytte Google docs og Github.

BERT TEST

Her ses et gennemsnit af hvad brugerne svarede.

Svarene kan ikke redigeres

BERT test af cranks n coffee

<http://cranksandcoffee.dk>

Hvordan fremstår hjemmesiden?

	1	2	3	4	5	
Moderne	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Gammel

Er hjemmesiden brugervenlig?

	1	2	3	4	5	
Brugervenlig	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ikke brugervenlig

Fremstår budskabet klart?

	1	2	3	4	5	
Klart	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Utydeligt

Er hjemmesiden overskuelig?

	1	2	3	4	5	
Overskuelig	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Uoverskuelig

Er det et dyrt eller billigt sted?

	1	2	3	4	5	
Dyrt	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Billigt

Er designet kreativt eller kedeligt?

	1	2	3	4	5	
Kreativt	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kedeligt

Er hjemmesiden maskulin eller feminin?

	1	2	3	4	5	
Maskulin	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Feminin

Hvordan fungerer baggrundsvideoen på hjemmesiden?

	1	2	3	4	5	
Godt	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Dårligt

Føler du dig velkommen?

	1	2	3	4	5	
Bestemt	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Slet ikke

EKSPERT TEST

Hvilken Heuristik?	Hvad er problemet?	På hvilken side? (URL)	Hvor alvorligt er det? (Kategori)	Hvordan kan det løses?	Hvor lang tid vil det tage?
Visibility of system status	Loadetiden for logo'et er langt på sløve forbindelse. Det kan derfor tage tid før logoet fremstår på siden.	Index-siden.	0	Problemet nivelleres, idet en tekst med "Cranks and Coffee" ekspliciteres, når logoet ikke gør det.	Det tog ca. 3 timer før vi havde minimeret problemet.
Consistency and standards	Under kontakt-sektionen fremstår en column lidt større på retina-formatet, idet den retter sig ud i højre side.	Index under sektionen "kontakt"	0	Problemet er egentlig ikke et stort problem, fordi meningen netop er, at det ud fra en æstetisk perceptionsværdi rent faktisk kommer til at fremstår stilrent og klart.	Det tog et par timers samtale i plenum, hvor vi diskuterede, hvorledes vi skulle ændre på det eller ej.
Aesthetic and minimalist design	Billederne på Cranks and Coffees instagram fremstår i et mangeartet spektrum af farvenuancer. Dette gjorde, at vi måtte fravælge de meget lyse til fordel for de mørkere. Fordi det er denne farve vi har i højsædet. Fordi det er det, der gør siden lækker.	Index i sektionen "billeder"	5	Problemet var meget alvorligt, og vi drøftede det under en videokonference (Facebook). I gruppen var vi ikke helt enige, men gennem nøjternt og objektivt arbejde med litteratur om æstetiske virkemidler, valgte vi til sidst at selekttere de billede, der besad brunnlige referencer frem for, slavis, at tage instagram i en hierarkisk tidsmæssig rækkefølge.	Dette tog en aften samt morgendagen derefter. Vi ville ikke drage forhastede beslutninger, men netop læse god litteratur om emnet, se gode videoer til at få skabt overblik over farverne på billeder.