

# Uppgift hundkennel

## Syfte

En person som besöker en kennels hemsida har mest troligt redan bestämt sig för att skaffa hund, och vilken ras. Vad hen letar efter är en respektabel uppfödare med bra avelshundar och bra meriter för att få en frisk hund. Därför är syftet webbplatsen snarare till att informera om och skapa förtroende för kenneln än att sälja en produkt.

## Sidans uppbyggnad

Vårt första intryck av sidan är *sidhuvudet* som innehåller kennelns namn, sidnavigering, och även ett call-to-action i form av en telefonlur och en mejl-ikon.

Rubriken använder sig av ett lekfullt typsnitt som blandar gemener och versaler, samt kantiga och rundade bokstäver för att spegla hundrasens och kennelns lekfulla och lättsamma personlighet. Bergström (2021, s.98) menar att denna form av typografiska val kan användas för att förstärka textens budskap.

Rubriken är placerad uppe till vänster då studier visar att det är 89% högre chans att besökaren kommer ihåg ditt varumärke på detta vis. (NNG, 2016)

En s.k. hero image följer sidhuvudet och ämnar att lyfta kennels främsta tillgångar, deras hundar. Dessa är placerade i ett landskapsformat, och följer niondelindelningens regler för att skapa kontrast och dynamik (Bergström 2021, s.154). Hundens ögon är placerade i nedre högre korset, ljuset främst i nedre tredjedelen av bildet, och ett kontrasterande mörker i övre tredjedelen.

I tabellen på sidans botten finner vi bildlänkar till kennelns aktuella nyheter. Textrubrikerna i bilderna är inte av samma typsnitt som varken de övriga rubrikerna eller brödtexten. Detta eftersom läsbarheten gentemot bilden var försämrad.

## Design, andrasida

Under sidhuvudet, som är identiskt med index-sidans sidhuvud, finner vi brödsmulor som också visar att vi nu finns på 'Aktuellt'.

Artikels rubrik ekar samma typsnitt som i bildlänkarna från index-sidan, så att kunden känner igen sig. Läsbarheten i en längre rubrik är dessutom bättre i detta typsnitt.

Brödtexten i artikeln är vald till att matcha längre texter i böcker och tidningar. Dessa använder sig ofta av text med seriffer av pärlbandskvalitet eftersom dessa skapar en linje för ögonen att följa genom texten utan att bli för stolpiga (Bergström 2021, s.110-111).

Texten är också vänsterjusterad snarare än marginaljusterad av flera anledningar. Man har som designer dålig kontroll över marginaljusterad text, då olika webbläsare tolkar detta olika (CastlegateIT, 2013).

Det försämrar även användarvänligheten för personer med funktionsnedsättningar som t.ex. dyslexi eller synförsämringar (CastlegateIT, 2013).

# Referenslista

Bergström, B. (2021). *Effektiv visuell kommunikation: Om nyheter, reklam, information och identitet i vår visuella kultur*. 12. uppl. Stockholm: Carlsson Bokförlag.

NNG (Nielsen Norman Group) (2016). *Website logo placement for maximum brand recall*. Freemont: NNG. Tillgänglig:  
<https://www.nngroup.com/articles/logo-placement-brand-recall>. [2016-02-21].

CastlegateIT (2013). *Can justified text be justified for the web?*. Tillgänglig:  
<https://www.castlegateit.co.uk/2013/09/can-justified-text-be-justified-for-the-web/>. [2013-09-04].