

Konzept – Shop für nachhaltige Mode

Kurzbeschreibung der Organisation

Bei der Organisation handelt es sich um ein kleines, von Studenten aus den Bereichen Mode- und Kommunikationsdesign, gegründetes Unternehmen, das selbst entworfene und nachhaltige Modeartikel produziert. Außerdem haben sie sich zum Ziel gesetzt die Besucher ihrer Website über das Thema Nachhaltigkeit in der Modeindustrie zu informieren.

Ziele des Projekts

Im Vordergrund steht der Verkauf von nachhaltiger Mode. Außerdem möchten die Organisation über die Qualität und Nachhaltigkeit ihrer Mode informieren. Da die Besucher der Webseite sich offensichtlich für Nachhaltigkeit interessieren hat sich das Unternehmen als zusätzliches Ziel gesetzt auch im Allgemeinen über Nachhaltigkeit zu informieren.

Zielgruppen und deren Bedürfnisse

Von dem Modestil, welcher das Unternehmen anbietet, ist zu erwarten, dass er jungen Erwachsenen am meisten zusagt. Natürlich können sich auch Personen außerhalb dieser Altersgruppe unter den Kunden befinden. Jedoch ist es wahrscheinlich, dass diese Gruppe eher einen kleinen Teil ausmacht. Im Allgemeinen ist es wichtig, dass die Webseite klar strukturiert und leicht bedienbar ist. Für die große Kundengruppe der jungen Erwachsenen ist es drüber hinaus sinnvoll die Ästhetik und Struktur der Webseite an ihnen bekannten Modeseiten anzulehnen.

Die Gesamtheit der Kunden lassen sich in zwei Kategorien unterteilen: die Neu- und Stammkunden. Diese Kategorien können wiederum nochmals in die Personen, welche

die Webseite auf Grund der Nachhaltigkeit besuchen und die, die sie wegen der Mode besuchen differenziert werden.

Bei Neukunden ist es besonders wichtig ihnen einen schnellen Überblick über die Angebote auf der Webseite zu verschaffen und ihnen eine leicht bedienbare Struktur zu bieten. Stammkunden hingegen muss es möglich sein schnell zu den gewünschten Inhalten zu gelangen.

Das primäre Ziel von Personen, welche nur an der Mode interessiert sind oder aber auch schon so viel über das Thema Nachhaltigkeit wissen, dass ihnen die Blogeinträge keine neuen Informationen bieten, ist es auf der Webseite Kleidung zu kaufen. Um ihre Bedürfnisse bestmöglich zu erfüllen muss ihnen ein schneller und unkomplizierter Weg zu den Artikeln geboten werden.

Die Gruppe der Personen welche die Webseite wegen dem Thema Nachhaltigkeit besuchen besteht aus Personen die noch nicht viel über das Thema Nachhaltigkeit generell oder in Bezug auf die Modeindustrie wissen, diesem aber nicht abgeneigt sind, oder aber auch informierte Personen die versuchen mehr darüber zu erfahren möchten, insbesondere in Bezug auf das Unternehmen. Bei dieser Gruppe stehen die Artikel im vorerst im Hintergrund und der Fokus liegt darin ihnen Informationen bezüglich des Themas zu bieten.

Funktionen

Der Nutzer kann sich auf der Seite registrieren, indem er das Formular ausfüllt und seine Daten korrekt angibt. Dabei wird dieser Nutzer mit seinen Daten in einer Datei registriert. Anschließend kann er sich im Login an- und abmelden.

Auf der Produktübersicht werden alle verfügbaren Artikel angezeigt. Der Nutzer kann diese sowohl Kategorisieren als auch durch das anklicken von Tags spezielle Produktgruppen herausfiltern.

Auf der Produktseite gibt es eine Galerie, welche bei welcher man die Bilder durchwechseln kann, der Typ von Galerie unterscheidet sich zwischen mobiler und

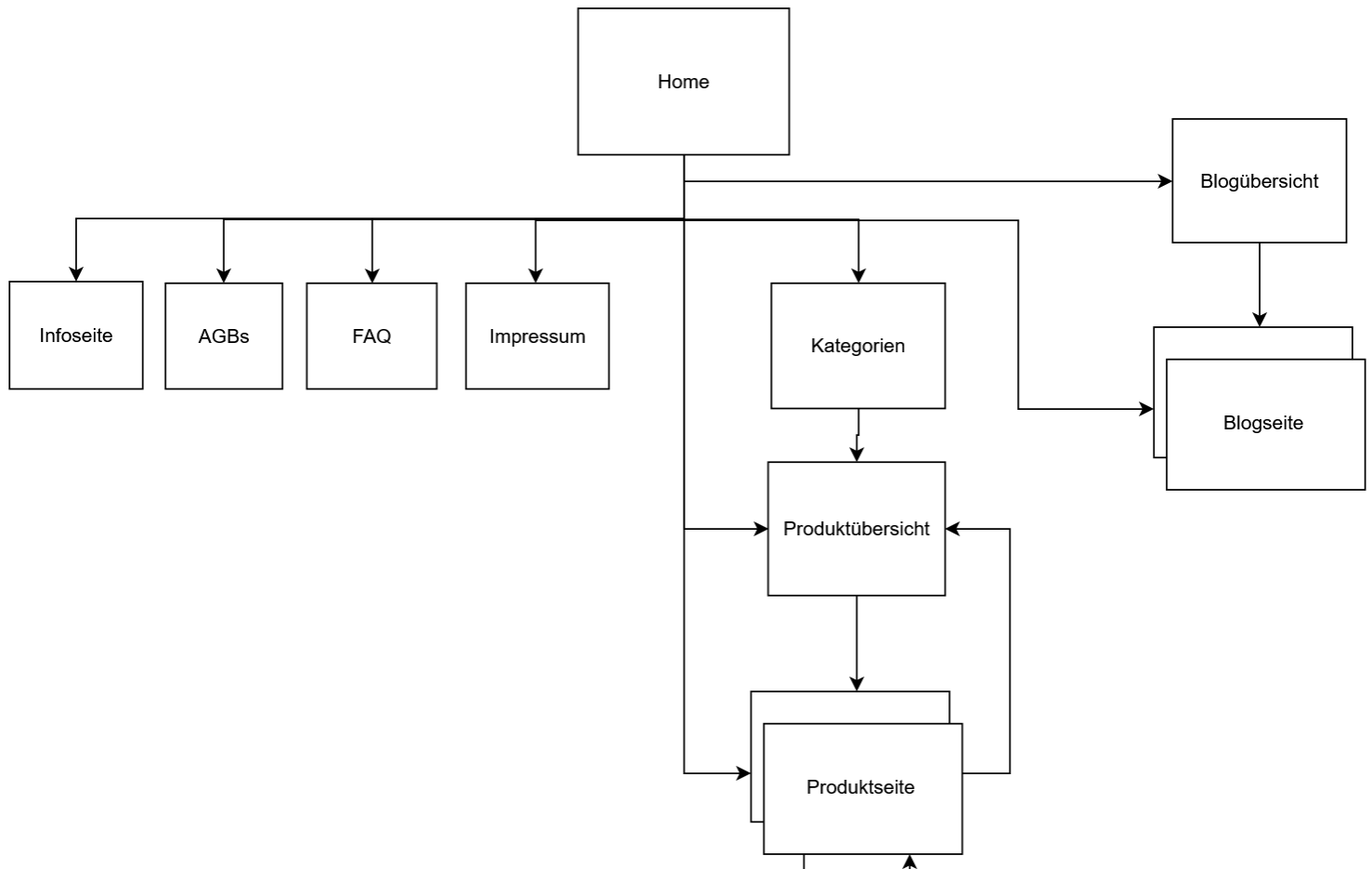
Desktop Version. Das FAQ Enthält verschiedene Kategorien an Fragen, zwischen welchen gewechselt werden kann. Um die Antwort auf eine Frage zu bekommen, kann der Nutzer auf diese klicken, um die Antwort auszufahren. Auf der Infoseite sind am linken Seitenrand einige Artikel vermerkt, zwischen welchen gewechselt werden kann.

In den Warenkorb können Elemente hinzugefügt werden und daraus entfernt werden. Dabei wird für jeden Artikel ein einzigartiges Objekt angelegt. Auf Grund von technischen Schwierigkeiten, hat es dieses sehr schöne Feature leider nicht in die Finale Abgabe geschafft. 😞

Der Shop soll eine Suchfunktion für die Artikel bieten, welche jedoch nicht umgesetzt werden, konnte.

Außerdem war eine Mehrsprachige Version geplant, diese Funktion ist aber auch nicht implementiert worden.

Sitemap



Bei der Sitemap ist zu beachten, dass man über die Navigationsleisten auf allen Seiten natürlich von jeder Seite immer auf die gleichen Seiten zugreifen kann. Die Sitemap gibt daher vor allem die Verlinkung innerhalb der einzelnen Seiten an. Würde man den Webshop real implementieren, gäbe es natürlich für jeden Artikel eine eigene Seite. Im Projekt wurde die Seite aber nur einmal implementiert, trotzdem werden die Blogseite und die Produktseite in der Sitemap als mehrere Seiten vermerkt.

Responsive Design

Für das Responsive Design wurden einige Maßnahmen getroffen, um zu garantieren, dass die Seite sowohl auf großen Bildschirmen als auch auf kleinen gleichermaßen gut zu bedienen ist. Im Online Shop lag der Fokus darauf, dass die Bilder immer gut sichtbar sind und eine allgemein ansprechende Optik gewahrt wird. Es wurde eine eigene mobile Kopfleiste erstellt, welche platzsparender ist und mit einem Dropdown Menü, statt einer Navigationsleiste arbeitet. Dabei wurde auch der Text auf Icons reduziert, um den Platzverbrauch auf ein Minimum zu beschränken. Die Kopfleiste wechselt je nach Größe dynamisch auf die jeweils andere Version, diese Funktion wurde mit dem Viewport und direkt in CSS umgesetzt. Andere Elemente, wie das Banner Bild auf der Home- sowie Infoseite und die Bildergalerie auf der Produktseite haben eine eigene mobile Version für das Element bekommen. Bei der Bildergalerie werden aus den anklickbaren Vorschaubildern an der Seite Pfeile, mit denen man durch die vollflächigen Bilder navigieren kann, dies dient auch dem Ziel eine den Fokus auf das Produkt zu lenken.

Die restlichen Elemente ordnen sich, durch die Kombination von festen Layout Breiten und Prozentwerten, ab einer gewissen Größe automatisch untereinander/ nebeneinander an, sodass man immer mit allen Elementen optimal interagieren kann.

Barrierefreiheit

Durch die Implementierung von semantisch korrekten HTML Elementen wurde dafür gesorgt, dass die Navigierbarkeit der Seite mit Tastatur ohne Probleme möglich ist. Hierbei helfen vor allem der Button, Link und Input Tag, welche von sich aus viele Eigenschaften mit sich bringen, die man sonst in aufwändig selbst einrichten müsste. Durch diese Elemente wird dafür gesorgt, dass tabindex oft nicht nötig ist um ein

Element anzuspringen, außerdem können Nutzer so die Seite mit Sprachausgabe ohne größere Probleme navigieren.

Um die Navigation mit der Tastatur zu erleichtern und eine visuelle Unterstützung zu bieten wurde ein animierter Fokus Ring eingebunden, welcher beim navigieren der Seite mit der Tastatur das aktuell ausgewählte Element sehr schön hervorhebt.

Es wurde darauf geachtet, dass der <h> tag nicht als für die Größeneinstellung der Schrift missbraucht wird, sondern wirklich die Tiefe der Überschrift in einem Artikel angibt. Das gibt der Seite eine klarere Struktur, die auch dabei hilft mit Sprachausgabe schneller durch die Seite navigieren zu können, indem man durch die einzelnen Ebenen wechselt.

Zuletzt wurde eine Kontrastüberprüfung durchgeführt und einige Grau auf Grau Elemente der Seite konnten so für bessere Leserlichkeit angepasst werden.