

Dokumentation

Im Folgenden wird die grundlegende Gestaltung und Aufbau, des zu erstellenden Internetauftritts für den Schuhhersteller „Zuretti“, näher erläutert. Der Kunde wünscht zum 20 jährigen Jubiläum einen modernisierten Internetauftritt, bei dem auch das Jubiläum beworben werden soll. Mit der Website sollen bestehende Kunden gehalten und neue Kunden gewonnen werden. Bei den Zielgruppen der Handwerkskunst handelt es sich um Personen, die individuelle und hochwertige Maßschuhe sowie Beratung und Reparatur benötigen.

Gestaltungsziele

Aufbauend auf der Analyse der Zielgruppe, soll die Website Hochwertigkeit, Professionalität, Modernität und Eleganz ausstrahlen. Zudem sollen die vielfältigen Dienstleistungen der Schuhmanufaktur ansprechend dargestellt werden.

Aufbau

Die Startseite der Website lässt sich in 6 Abschnitte einteilen.

Erster Eindruck

Der 1. Abschnitt („Hero“) baut sich nach dem Aufruf der Seite, durch zeitlich versetzte Animationen der einzelnen Elemente, auf und erzeugt so direkt einen eleganten und hochwertigen Eindruck. Durch das Verwenden dieser „Mikro Animations“ über die gesamte Website wird der erzeugte Eindruck während des Besuchs weiter verstärkt. Im Hero befinden sich neben dem Slogan unter anderem auch ein Button der direkt zum Kontaktabschnitt und ein Button zum 2. Abschnitt, dem Jubiläumsabschnitt, führt.

Das Jubiläum

Dort zieht das Bildelement, welches gleichzeitig ein Slider ist, die Aufmerksamkeit auf sich.

Der darauffolgende Abschnitt der Chronologie bzw. Meilensteine bringt dem Besucher die, über 2 Jahrzehnte bestehende, Handwerkskunst und Geschichte der Manufaktur näher. Dadurch wird eine stärkere Bindung zu bereits Bestehenden Kunden, sowie eine vertraute Basis für Neukunden geschaffen. Die horizontale Zeitleiste die der Besucher durch einfaches scrollen erkunden kann, sticht besonders heraus, wodurch dem Besucher der Auftritt im Kopf bleibt.

Durch den folgenden Testimonialabschnitt wird die Kundennähe weiter erläutert und durch einen kleinen „Sticky“ Effekt anschaulich dargestellt.

Die Unterseiten

Im anschließenden Abschnitt kann sich der Besucher ganz bequem über drei weitere Bereiche der Schuhmanufaktur informieren. Das Bildmenü leitet den Besucher dann auf die entsprechenden Seiten.

Die Hauptnavigation ist über das Hamburger Icon im Header erreichbar und beinhaltet die Links zu allen wichtigen Abschnitten und Unterseiten. Der Header ist so konzipiert, dass er immer sichtbar ist, sodass der Besucher jederzeit Zugriff darauf hat.

Das Erlebnis

Durch die individuelle Gestaltung und Programmierung der Effekte und Animationen erlebt der Besucher in jedem Abschnitt etwas neues, wodurch die Website und somit die Schuhmanufaktur heraussticht. Das weiche Scrollen sorgt dafür dass die Effekte verstärkt werden und erzeugen ein substanzielles Gefühl beim Besucher. Die

Website erscheint lebendig und der Besuch ist ein außergewöhnliches Erlebnis im Gegensatz zu anderen langweiligen statischen Websites. Zudem wurde für die Website mit einem Grid-System und Linien gearbeitet was eine geordnete Struktur und somit zusätzlich Hochwertigkeit und Professionalität widerspiegelt.

Logo

Bei dem modernisierten Logo von Zuretti handelt es sich um eine Wort-Bild-Marke. Diese Art von Logo ist hervorragend geeignet für ein kleineres Unternehmen wie es Zuretti ist.

Das Logo kommt in zwei Versionen. Je nachdem wie groß es dargestellt wird. Die erste Version enthält den Schriftzug Zuretti und ein Bildelement darüber, sowie „seit 2001“ und „Schuhmanufaktur“ als Textzusätze. Das Logo wird unter anderem im Footer der Website verwendet.

Für den Header der Website wird die zweite Version, eine minimalistischere Variante, verwendet. Diese beinhaltet nur das Wort- und Bildelement horizontal nebeneinander. Das Bildelement stellt das Symbol für Ledererzeugnisse dar, da Zuretti längst nicht mehr ausschließlich Schuhe herstellt.

Farbe

Für den Internetauftritt von Zuretti werden drei Farben verwendet. Als Akzentfarbe, für beispielsweise Buttons, wurde ein dunkles Grün verwendet. Das strahlt Freundlichkeit, Stabilität und Zufriedenheit aus und passt so hervorragend in die Gestaltungsziele. Die zwei weiteren Farben sind ein sehr dunkles, fast schwarzes, grün und weiß. Das

Zusammenspiel der Farben erzeugt einen starken Kontrast, wobei weiß meist den Hintergrund füllt.

Bilder

Die Akzentfarbe dunkel grün ist auch in der Bildsprache wieder zu finden und bildet dort mit vielen braunen Elementen eine lebendige Atmosphäre. Durch die Auswahl authentischer Bilder wird zudem eine originelle Beziehung zum Besucher aufgebaut.

Viele Bilder zeigen die Fachkräfte der Schuhmanufaktur und geben so einen direkten Einblick in die Arbeit der Schuhmacherei.

Typografie

Für den Internetauftritt wurden zwei verschiedene Schriften verwendet. Als Schrift für Fließtexte wurde „Roboto“ verwendet. Die gehört zu der Klasse der serifenlosen Linear Antiqua. Sie wirkt offen und ist sehr lesefreundlich.

Als zweite Schrift wurde die Schrift „Playfair Display“ verwendet. Diese kommt beispielsweise bei Überschriften zum Einsatz. Sie gehört zur Klasse der Barock Antiqua. Aufgrund der Serifen und der hohen Kontraststärke wirkt sie sehr elegant und hochwertig.

Der Kontrast zwischen der modernen Roboto und der klassischen Playfair Display spiegelt wunderbar die Gestaltungsziele von Eleganz und Modernität wieder.