

Netlify: <https://ecstatic-pare-ff952d.netlify.app/index.html>

Github: <https://github.com/oliv264p/Redesign>

Gruppe: A10

Oliver Kræfting, Marius Ramdahl, Mette Vester og Signe Romer

Link til gruppekontrakt:

<https://docs.google.com/document/d/1psufVC2WSTXZrmWdkjnD5Jtsb9HN65i9enz4wY4l4r4/edit>

Virksomhedskarakteristik:	1
Vinyldernes renæssance:	2
Mint Records målgruppe:	3
Interview og spørgsmål til Mint Records:	3
Wireframe - Indholdsoversigt (eksisterende site):	4
Bert test:	6
Link til: Styletile, Wireframe og logo:	8
Storyboard:	8
Design analyse	10
Fotos og stil	13
Videoer	47
Kode	48

Virksomhedskarakteristik:

Mint Records er en pladebutik i København. Adressen er; Gammel Kongevej 140 a, 1850 Frederiksberg. Mint Records blev grundlagt i 2006.

Mint Records er en "hobby" forretning, hvor det er muligt at købe, sælge og bytte både musik, spil, film, pladespillere og tegneserier. Butikken rummer forskellige genre og har et udvalg på over 15.000 CD'er, 20.000 LP'er, 500 spil og 3000 film. I butikken er det også muligt at finde ekstra udstyr som pladebørste og yder covers til LP'er. Tegneserier er også

fast inventar i nichebutikken. Mint Records stiller med et tiltalende hollandsk udsalg i kælderen, hvor prisen på udvalgte produkter bliver billigere og billigere uge for uge. Efter 4 uger starter udsalget på ny, og nye produkter bliver udvalgt til at indgå i udsalget. Mint Records vision er, at formidle historie, nostalgi og følelser videre gennem deres store kartotek, som alle kan komme og bladre i.

Mint Records befinner sig i den moderate prisklasse, hvilket gør, at de henvender sig til en bredere målgruppe. Mint Records målgruppe er meget stor fordi, de både huser film, musik, spillekonsoller og tegneserier. Dog vurderes den gennemsnitlige alder for dem, som handler i butikken til ca. at være 40 år gamle. Det behov man får dækket ved at handle i Mint Records, vil blive kategoriseret som et selvrealiseringsbehov på Maslows behovspyramide (det øverste behov).

Mint Records promoverer sig på deres egen hjemmeside - og derudover har de færden på sociale medier som Facebook og Instagram. Mint Records har henholdsvis 3295 følgere på Facebook og 487 følgere på Instagram. Her deler de billeder og videoer af nye produkter, som lander i butikken (f.eks. nye LP'er, CD'er og lignende.) Mint Records befinner sig i musik og spille branchen, hvor deres konkurrenter på markedet er; Sound, Accord på Nørrebro og Vesterbro, Beats, Sort Kaffe og Vinyl.

Vinylernes renæssance:

I artikler fra DR og Finans udgivet i 2014 og 2017, er det beskrevet hvordan LP'en er på vej tilbage. Vinylerne havde sin storhedstid i 1970'erne men efter CD'erne kom i 1980, blev der hurtigt afsagt dødsdom over vinylerne.

Interessen har de seneste år været stigende og derfor besluttede Sony sig for at trykke de gamle plader igen, efter en pause på næsten 30 år. Interessen for LP'er kommer både fra den yngre målgruppe, som ikke har benyttet pladerne før, men også fra ældre fans, som er bekendte med pladerne. Jørgen Gram Kristensen fra Vejle Bibliotekerne forklarer, at vinylpladerne bliver efterspurgt på bibliotekerne. Han udtrykker, at interessen er stigende fordi der er et behov for at være off-line". Når man konstant benytter sig af sociale medier og er online døgnet rundt, kan behovet for afslapning og "ro" melde sig. Jørgen Gram mener at LP'er, kan være et udtryk for fordybelse og autencitet.

<https://www.kobstaden.dk/pladebutikker-i-koebenhavn/>

<https://www.dr.dk/nyheder/regionale/trekanten/lpen-paa-vej-tilbage-paa-bibliotekerne>

<https://finans.dk/erhverv/ECE9691508/tilbage-til-fortiden-efter-30-aars-pause-vil-sony-igen-trykke-vinylplader/?ctxref=ext>

Mint Records målgruppe:

Medarbejdere i Mint Records udtales selv, at den gennemsnitlige alder for dem som handler i butikken er 40 år. Butikkens sortiment er så bredt, at de henvender sig til alle aldre. Der er tegneserier, film og cd'er til de helt små, mens ældre kan finde plader eller spil, som vækker interesse.

generelt:

generelt i denne branche tegner der sig et billede af, at unge som ikke tidligere har gjort brug af vinylerne, har fundet glæden ved de gamle plader. Man kan forestille sig, at i en verden hvor mere og mere bliver digitalt, er der noget magisk ved, at samle og lytte til musik der bringer følelser frem og selv afspille det hjemme på pladespilleren.

Interview og spørgsmål til Mint Records:

Tanken bag vores interview var at opnå en viden om, hvorfor musik i fysisk form kan overleve og stadig være aktuel i den digitaliserede verden, vi lever i. Vores interview skulle have fokus på Mint Records og ikke så meget personen vi interviewede.

Interview- Spørg en ekspert:

Hjem er du, og hvad laver du?

Hvor startede interessen for musik? - Brugt eller kendt til LP da de kom frem?

Hvad for noget musik lytter du selv til?

Hvad er det tiltalende ved vinyler? - hvordan adskiller det sig fra cd'er eller streams?

Hvorfor vælger man/du vinyl, når det nu er så nemt med streamingtjenester i dag?

Hvad giver det dig at samle eller spille musik på LP?

Gør det noget specielt, at man han musikken i "fysisk" form?

Hvilket følelser frembringer det, når du hører vinyler? hvordan får det dig til at føle?

Er du en del af et socialt fællesskab hvor i er flere med samme interesse? (musik)

Hvem har været din inspirationskilde?

Hvad er Mint Records?

Hvad gør Mint Records til noget særligt?

Hvem kommer i Mint Records? er der en særlig kundetype?

Hvad er dit forhold til kunderne?

B – rolls

Close-up af vinyler

Close-up af en LP, som bliver afspillet

Fugle perspektiv – overblik af kælderen

Wireframe - Indholdsoversigt (eksisterende site):

Forside: Henvisning til Facebook side + Facebook opslag - video eksempler på varer i butikken,
Kort selektion af Nye varer, Tilmelding til nyhedsbrev, Åbningstider, Adresse, Kontakt info, Kort
beskrivelse af butikken (hvad drejer det sig om?), Ikoner/genveje til IG + FB

Om os: Meget kort afsnit - Forklarer primært omkring butikken, hvad de har at gøre med. Kort og enkelt. (mulighed for at kunne gå mere i dybden her)

Butikken: En masse billeder af selve butikken. Mest indeni, men også et billede udefra.

(Meget ustruktureret, og dårlig opsætning. Ser meget uprofessionelt ud.)

(Dårlig opløsning ... + ALT for meget whitespace - ikke brugt intentionelt. Kedeligt - plads til indhold)

Nye varer: Et eksempel på nye varer. Et billede sammensat af flere billeder af vinyl covers.

Herudover en beskrivelse: Man kan skrive til dem, for at lave en forespørgsel på evt få hentet en titel hjem - så vender de tilbage med levering, pris osv.

Udsalg: Der er et skema som fastslår priserne for de 4 uger i en måned, ifht. udsalgs priser - hvor meget koster en enkelt, hvor mange man kan få for 100 kr.

Tilbehør: Igen et skema med varenavnet på det ekstra tilbehør man kan købe formodentlig?

Samt pris.

(Ingen billeder, meget kedelig præsentation af det ekstra udstyr de ligger inde med.. VANVITTIG DÅRLIG OPSÆTNING)

FAQ: 2 spørgsmål, 2 korte svar.

(Det ene spørgsmål virker fuldstændig ligegyldigt - de forklarer hvorfor at man ikke har mulighed for at søge i deres database.)

(Det andet spørgsmål - giver en lille idé om hvordan at ex priserne bliver regnet ud, hvis man ønsker at sælge værker til dem.

Funktionalitetsliste - hvad kan brugeren på sitet. Hvad er de vigtigste brugerrejser på sitet? :

-Fra forsiden, når du klikker på "Nye varer". Dog er der ikke meget imødekommande funktionalitet. - som bruger, mangler du mere info, mere dynamisk og samspil mellem hjemmeside og USER.

Mangler evt. info på nye titler - mulighed for inspektion: titel, kunstner, forstørrelse af billede, pris m.m.

-Når du klikker på "butikken"

Her skulle du helst blive inviteret ind i butikkens eget univers!
Stemning, "det her er hvem vi er", udstråling, personlighed og varme.

-Når du klikker på "logoet"

Du burde komme tilbage til forsiden, men linket virker ikke.

Der mangler generelt Micro copy igennem hele hjemmesiden - til at påføre en forbindelse mellem bruger og hjemmesiden.

Wireframe (sidernes layout og elementernes placering: navigation, header, footer etc.). Vælg fx 3 sider, som går igen flest gange på sitet.

Første BERT test:

Vores BERT test havde til hensigt at få bekræftet det udgangspunkt, som at vi havde taget i forbindelse med vores redesign af Mint Records originale hjemmeside.

Vi havde på forhånd antaget ud fra vores egne personlige holdninger, at hjemmesiden var outdated og at selve det visuelle udtryk på siden ikke var gennemtænkt, og i det hele taget forenklet.. Ikke i ens betydning med, at enkelt er negativt, men i forhold til selve layout og optimering - var der mulighed for at tage fat på løsninger til netop en forbedring af dette.

Derfor opstillede vi en BERT test, som kunne hjælpe med at indhente resultater - som formodentlig kunne hjælpe med at bekræfte vores antagelser.

Konklusionen på testen var at hjemmesidens indhold gav indtrykket af virksomheden bagved var afslappet. Siden var ubestemt i hvilken målgruppe den henviste sig til. Men selve design, det visuelle udtryk og moderniteten, var simpelt, behersket og gammeldags. Derfor ville vi også prøve at lægge os op af det stilmæssige udtryk. Men samtidig give hjemmesiden et løft med layout og design, for at optimere det visuelle udtryk på siden.

<https://docs.google.com/forms/d/1WGMu0vXfhaT1J5wwNQhhNanxEbxYeKytF8Clawaza18/edit>



BERT test af redesign:

I vores tidligere Bert test havde vi et meget blandet af hvordan siden så ud.

Vi ønskede at fastholde enkeltheden og det simple, men samtidig gøre den mere personlig og optimere det visuelle udtryk på hjemmesiden.

I vores svar på 2. BERT test, synes vi at kunne sige at vi har gjort den mere personlig.

Vi har holdt det simple aspekt på hjemmesiden. Det minimalistiske look.

Dog har vi formået at gøre den mere sprudlende, moderne og givet den et mere professionelt look.

Alle disse områder, var noget som vi på vores første BERT test kunne fornemme at der var plads til at optimere, så i forhold til testene synes vi at være kommet i mål med vores intentioner.

Vi må derfor konkludere ud fra vores svar, at vi har formået at opnå et bedre resultat, ud fra de målsætninger vi har opstillet og har ønsket at forbedre og optimere.

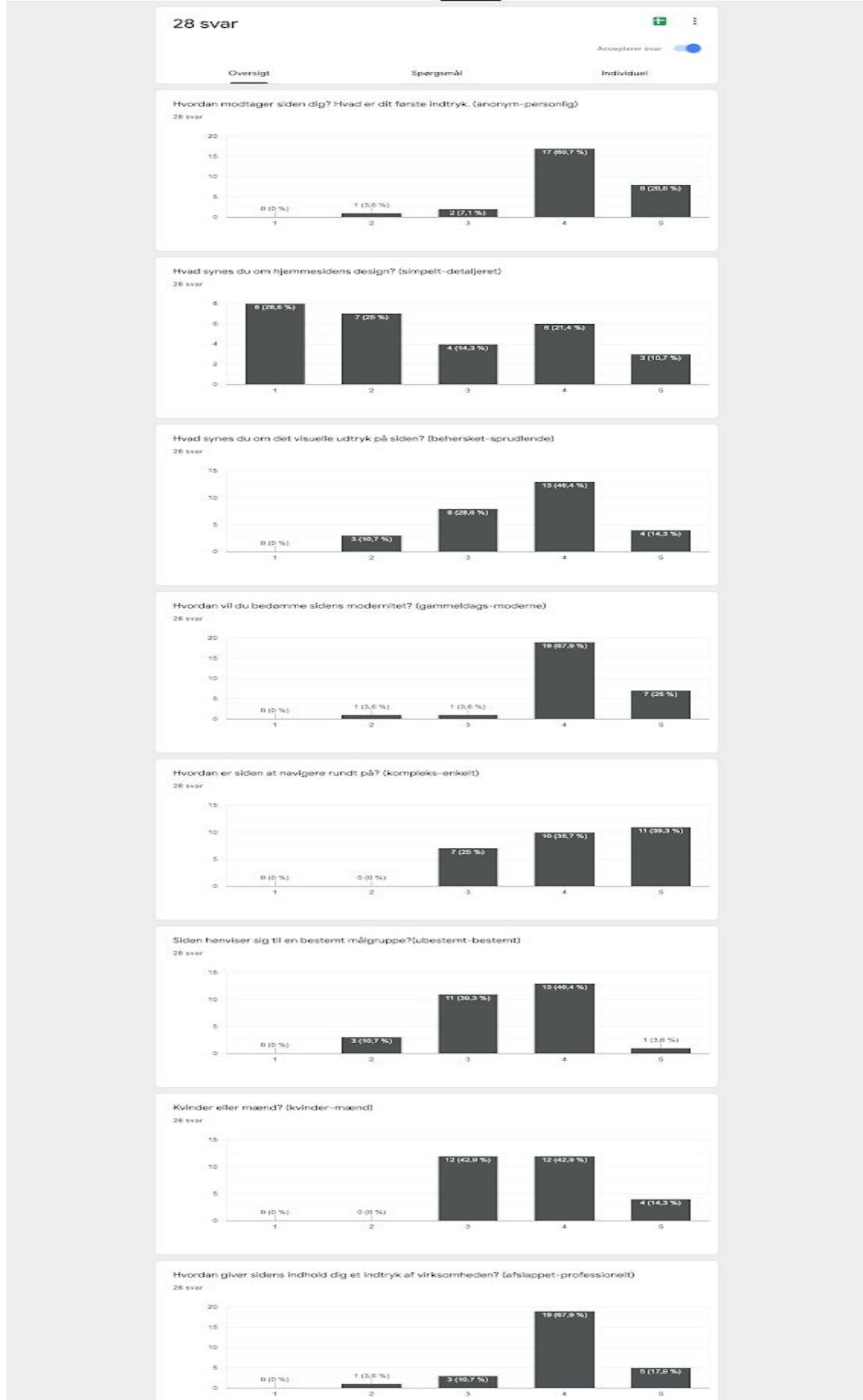
https://docs.google.com/forms/d/1Fvl-GSBJnulJS1d5HEN2grkPLPLWc94sgjo_M0jmUWU/edit#responses



Send



Spørgsmål Svar 28



Link til: Styletile, Wireframe og logo:

https://drive.google.com/drive/folders/1IUzs7bsOg00w2rX_brpE7_8QuK8MNbM1

I vores styletile og moodboard har vi taget udgangspunkt i at skabe en stemning af autensitet og slow-living. Vi har udvalgt nogle lidt mere afdæmpede farver, for at komme væk fra det lidt discount-lignende udtryk siden havde. Vi har valgt forsæt bruge en ”mint” farve pga. navnet. Derudover ville vi gerne modernisere hjemmesiden, samtidig med at holde fest i det retro look. Det har vi gjort ved at skabe mere ro på siden, mindre information og mere whitespace. Vi ville dog gerne have haft flere stemningsbilleder på siden, som vi har med i vores moodboard, men det var der ikke mulighed for at tage sådanne billeder i butikken.

Storyboard:

Vores tanker bag storyboardet var at skabe en ramme for vores video. Vi ville gerne fortælle en historie om, hvorfor netop vinyler og musik i fysiskform er fedt, og særligt i et samfund, hvor streamingtjenester har overtaget. Men det var svært at lave en konkretplan for videoen, når vi ikke vidste, hvad vores interviewperson ville svare til vores spørgsmål. Så vores storyboard brugte vi til at danner os et overblik over videoens elementer og komme med idéer til b-rolls.

STORYBOARD

- START LYD
- LYDEN FRA KLIP KUNDT I
EN PLADESPILLER BUTIKKEN UDENFOR
- EN STEMME BEGYNDER AT
FORTALLE OVER KUNPET

KLIP TIL PERSON VI
INTERVIEWER

CLOSE UP PÅ PLADESPILLER

- FORTALLER HVERFOR VINYL ER

NY VINKEL PÅ PERSON

KLIP TIL HAN
KIGGER I PLADERNE

FORTALLER OM
MINT RECORDS
HANS ØGD
KOMMER PÅ
BILLEDET

KLIP MED KUNDE

PANDREING AF PLADER

FORTALLER

NY VINYL
FORTALLER

GIV B-KOLL AF VÆGGEN
ME PLADER

HVEM FORER
VINYLER

KLIP AF KUNDE DER
GÅR UD AF BUTIKKEN

FALDEREN
ER FYLDT
MED PLADER

FUGLE PERSPECTIV
AF FALDEREN

TO KUNDER
DER SNAKKER

SOCIALT
FÆLLESSKAB

LÆSER BUTIKKEN AF

Design analyse

Designanalyse

Typografi

Trebuchet MS (16px) - *Hyperlinks*

Trebuchet MS (12.8px) - *Brødtekst*

Farver

#000000

#00bfeb

#efefef

#084654

#ffffff

Ikoner



[Om / About](#) [Mint Records](#) | [Butikken](#) | [Nye varer](#) | [Udsalg](#) | [Tilbehør](#) | [FAQ](#)

Nyhedsbrev



Designanalyse

Fotoanalyse

De har ikke veldig mange bilder på deres hjemmeside. Det lille de har er veldig gamle og bilder med dårlig lys. De har noen bilder av lokalet og de ansatte men i så lav oppløsning at man ikke får noe ut av det. De er veldig aktive på Instagram og deler et par ganger ukentlig hva de har fått inn i butikken, så de er på marketing. Det er dessverre ikke en stor rød tråd av en fotostil vi må følge, så vi kan opprette en selv hvis vi føler for det.



Fotos og stil

Procesbeskrivelse

Vores formål med at redigere billederne, var at give dem et mere retro look, så de ville skabe en sammenhæng mellem de oldschool vinyler og billederne. Vi har derfor øget contrasterne i farverne, og gjort nogle af billederne sort/hvid, for at opnå et mere retro look.

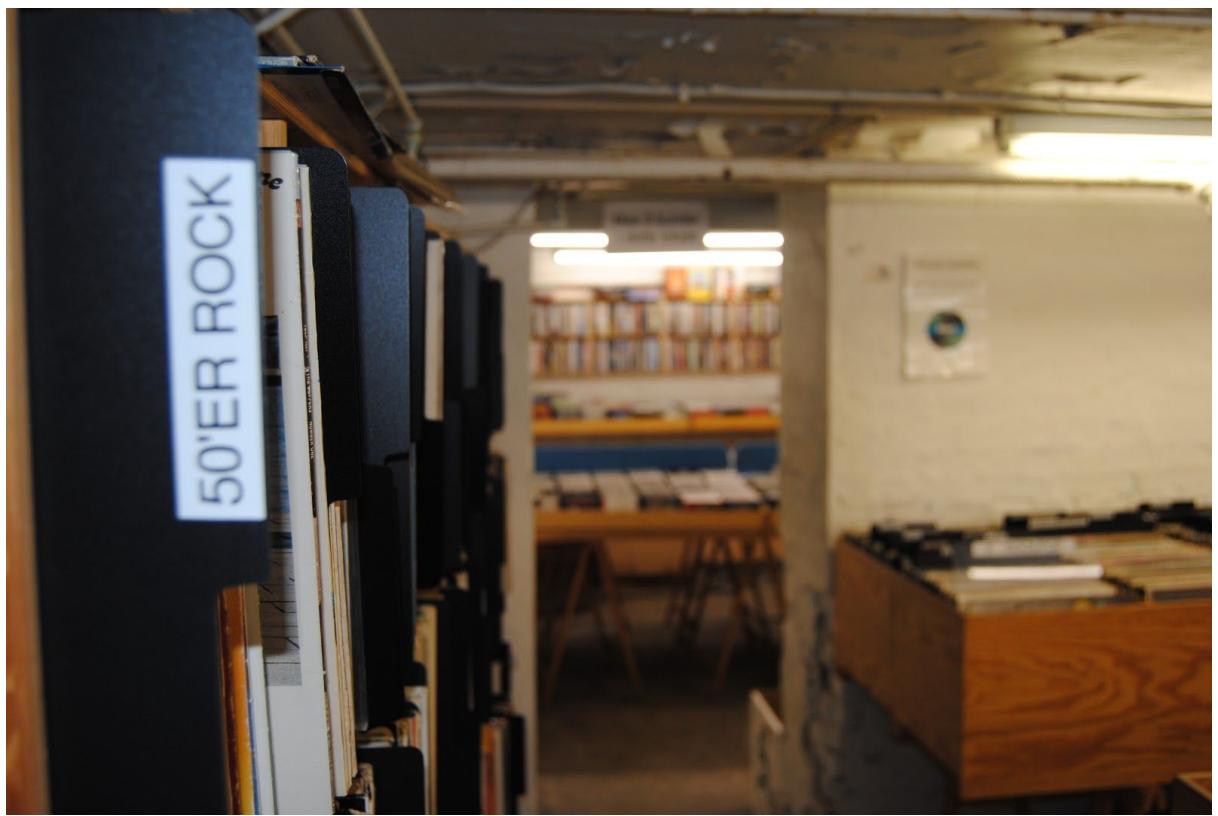
Derudover har vi beskåret flere billeder for at skabe bedre harmoni og fjerne irrelevante elementer i billederne, og på den måde sætte fokus på, det vi har fundet vigtigt ved hjælp af rule of thirds. Vi har roteret nogle billeder, så kanterne i billedet flugter med motivet.

Vi har ydermere skruet op for den blå farve på nogle billeder, for at skabe en kobling til "Mint Records" og den blå farve i logoet.

Eksempler:



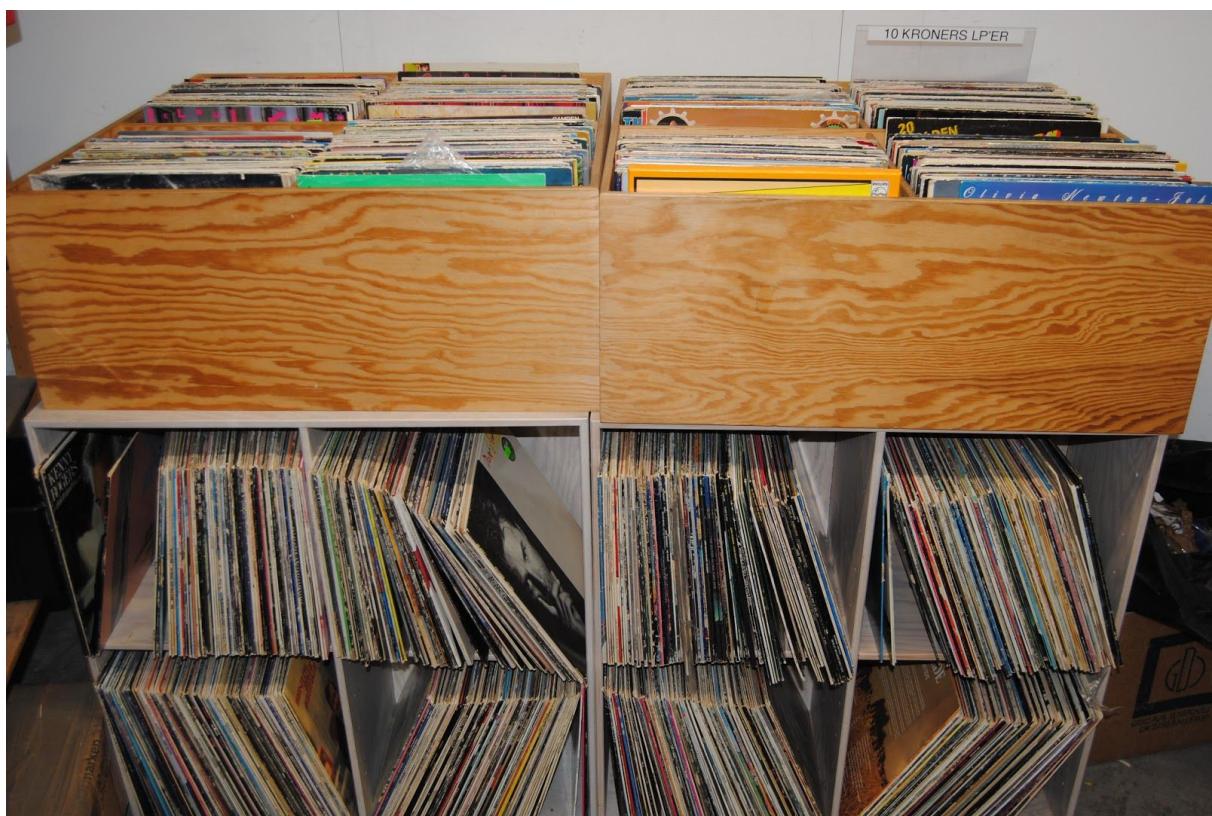
























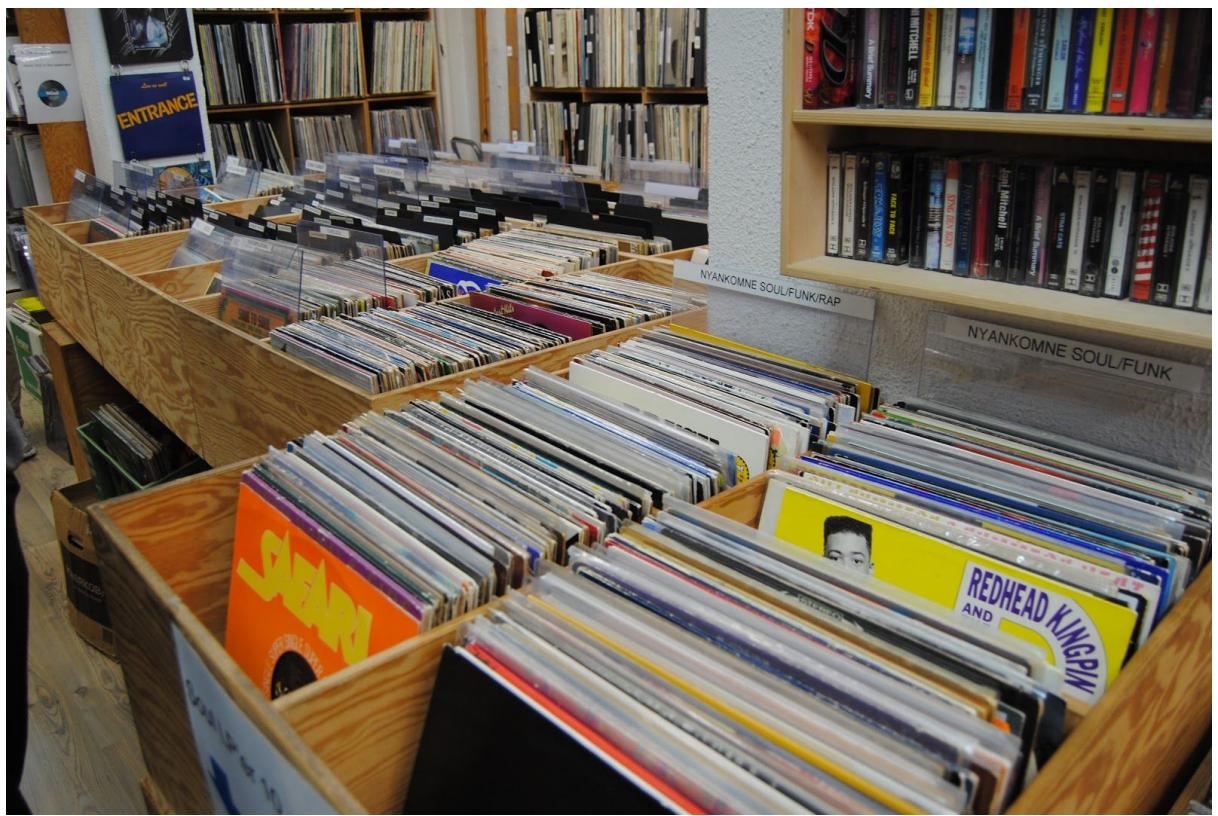


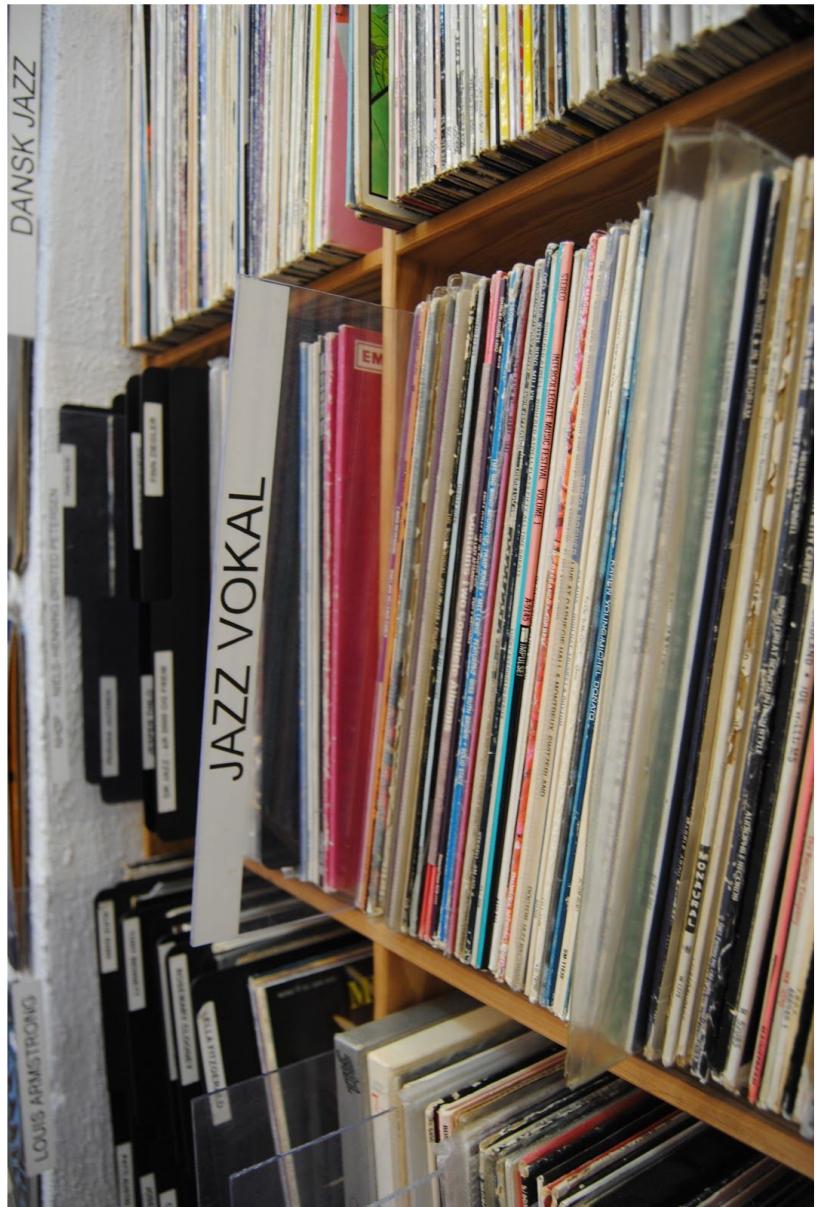




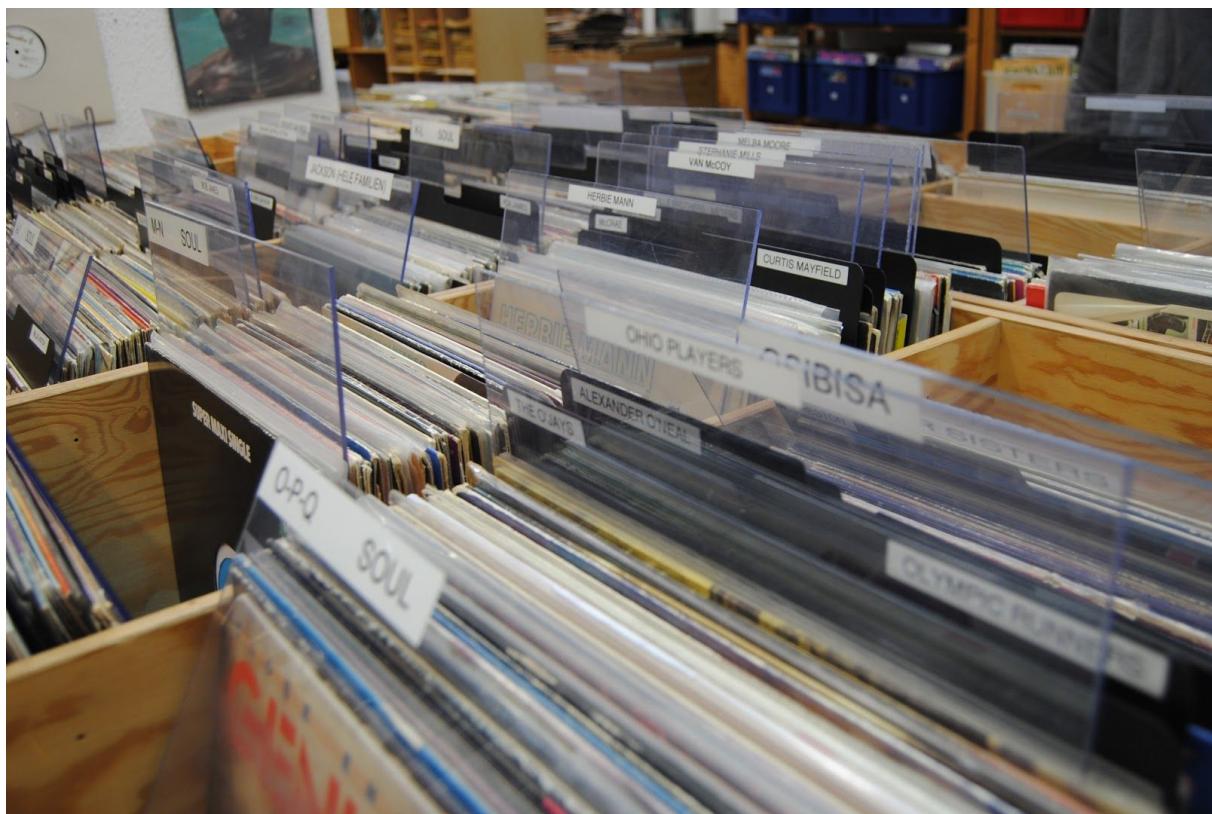






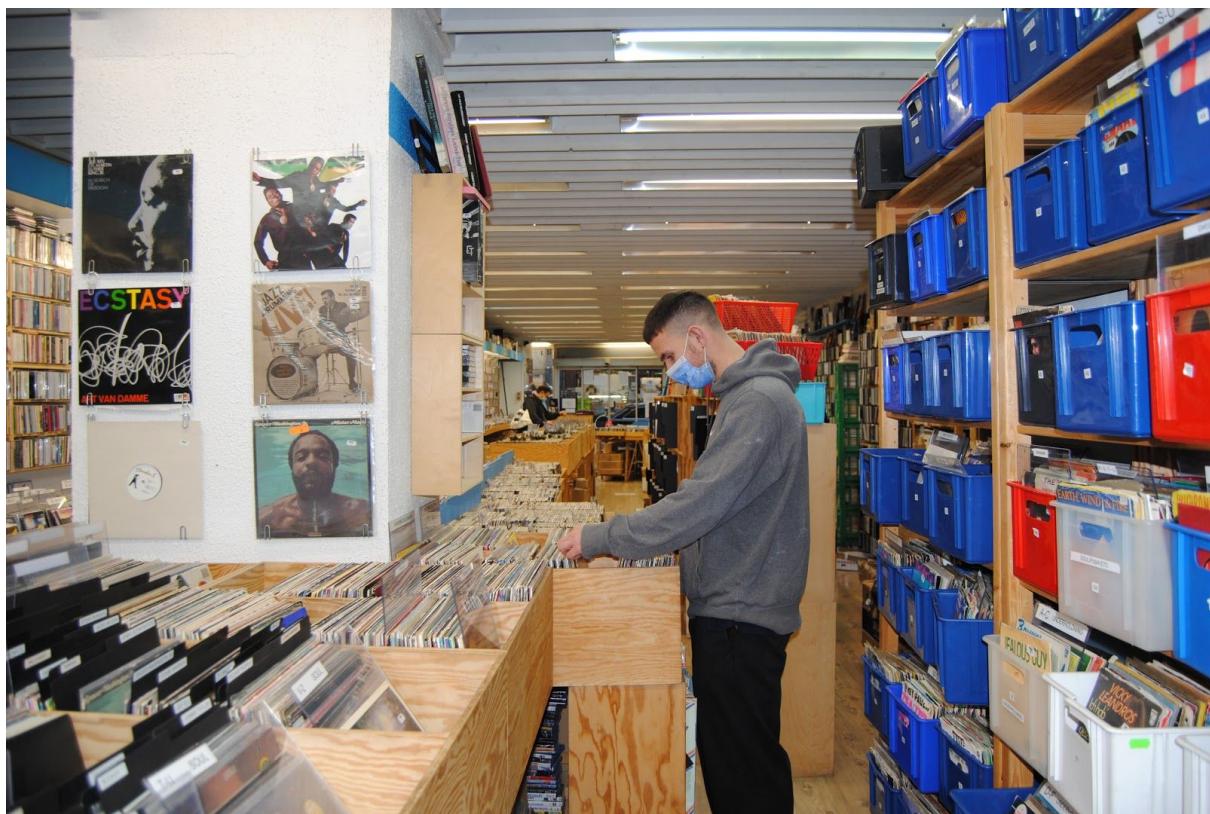










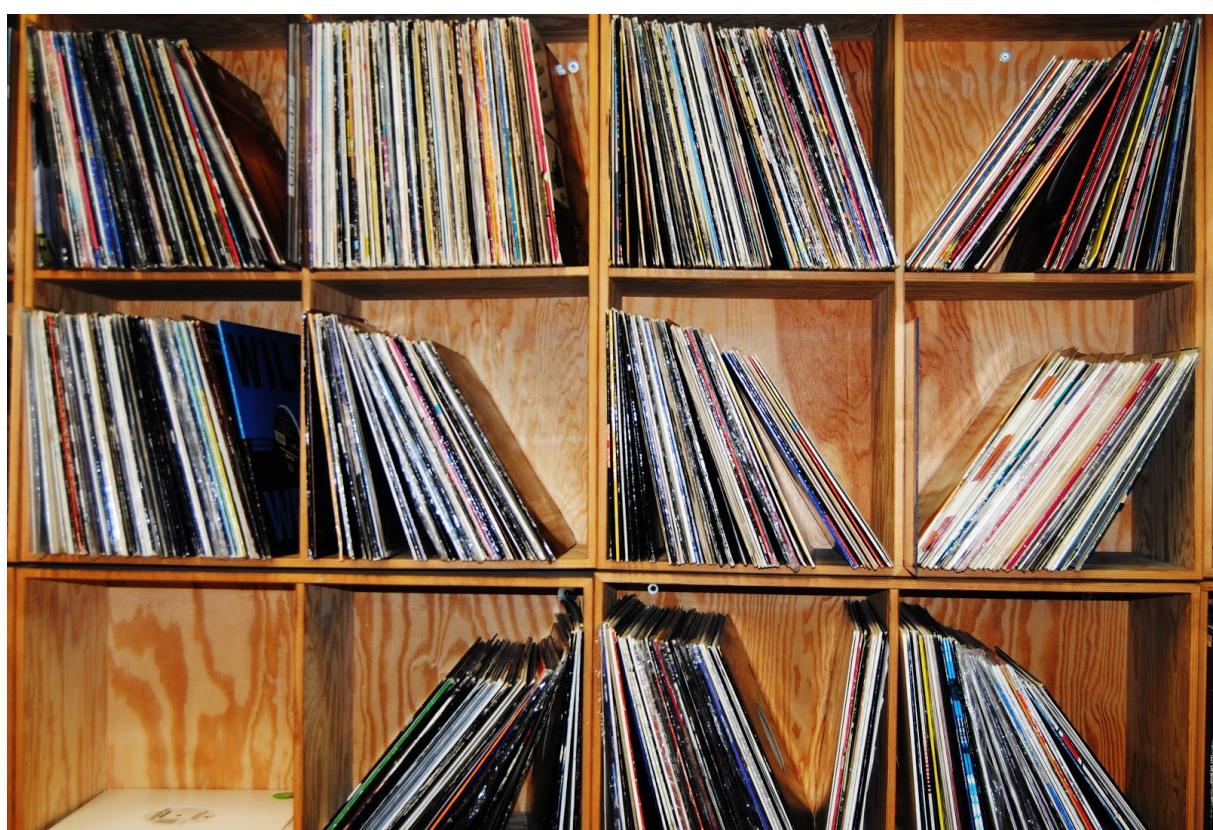


















Videoer

Vi har valgt at lave vores SoMe video i sort/hvid for at gøre den mere retro og samtidig sætte navnet "Mint Records" i fokus ved at lade teksten være det eneste i farve. Videoen er også uden snak og udelukkende musik, dette for at skabe opmærksomhed og interesse. Musikken er up-beat, hvilket vi har valgt, for at den skal appellere til en yngre målgruppe og fange jeres opmærksomhed.

Videoen til hjemmesiden har vi valgt en lidt mindre up-beat sang, men stadig med tempo i, igen for også at ramme en yngre målgruppe (20-30 årige), men mere afdampet end musikken i SoMe-videoen, fordi man også skal lytte og blive fanget af det interviewperson fortæller. Vi har forsøgt at indsætte mange b-rolls, for at vedholde tilskuerens opmærksomhed.

Mint Records video:

http://www.ramdahl.dk/kea/03_redesign/mint_video.mp4

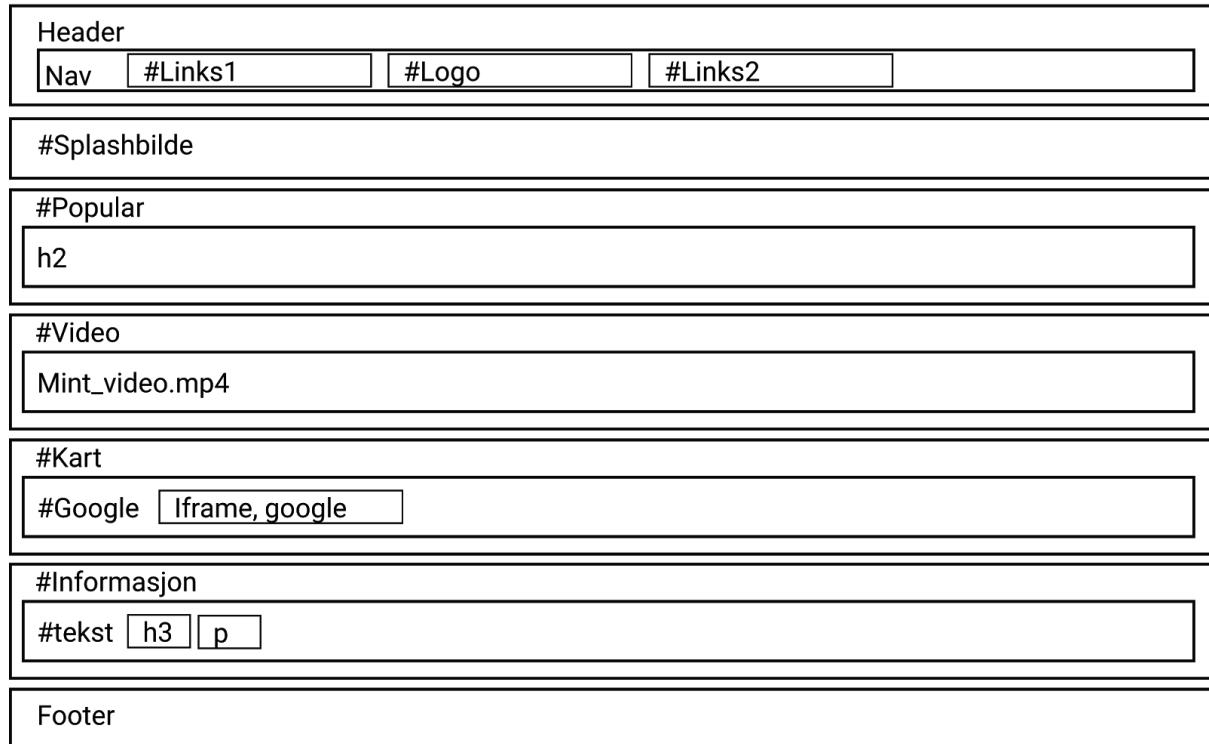
Mint Record video til SoMe:

http://www.ramdahl.dk/kea/03_redesign/mint_some.mp4

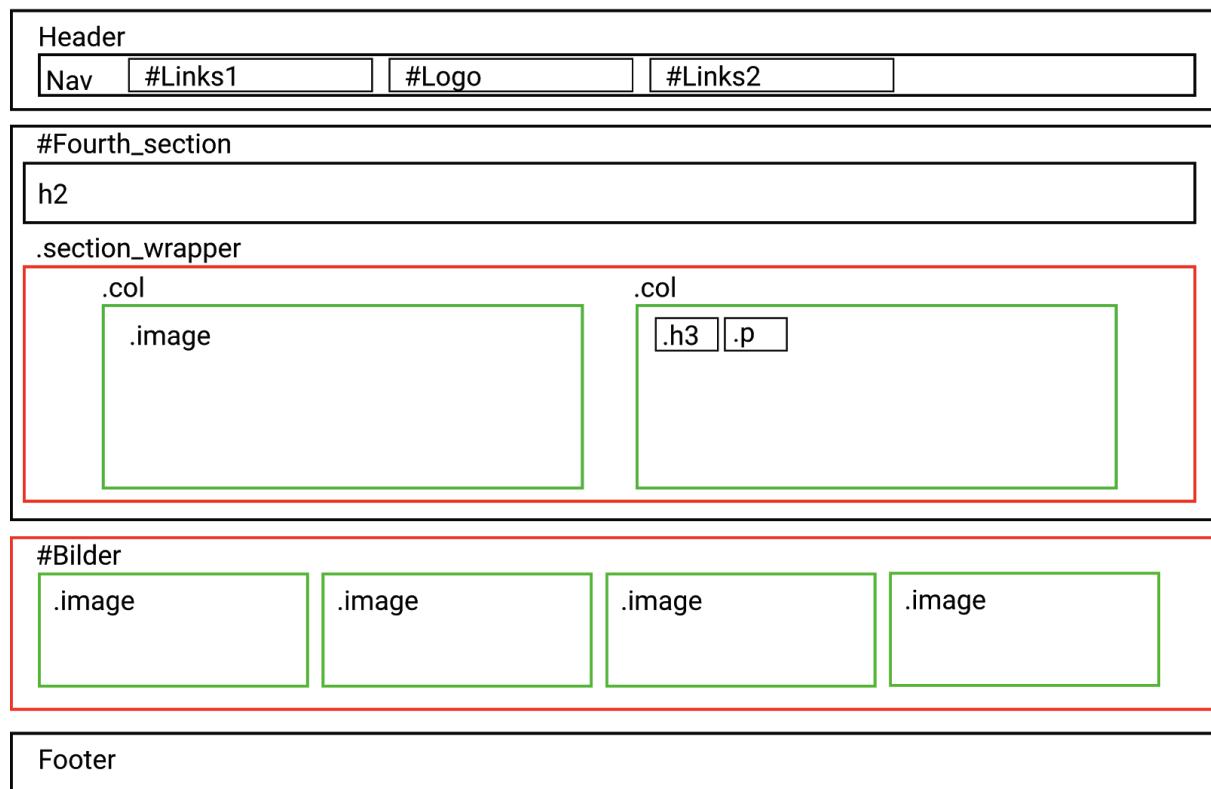
Kode

Layoutdiagram

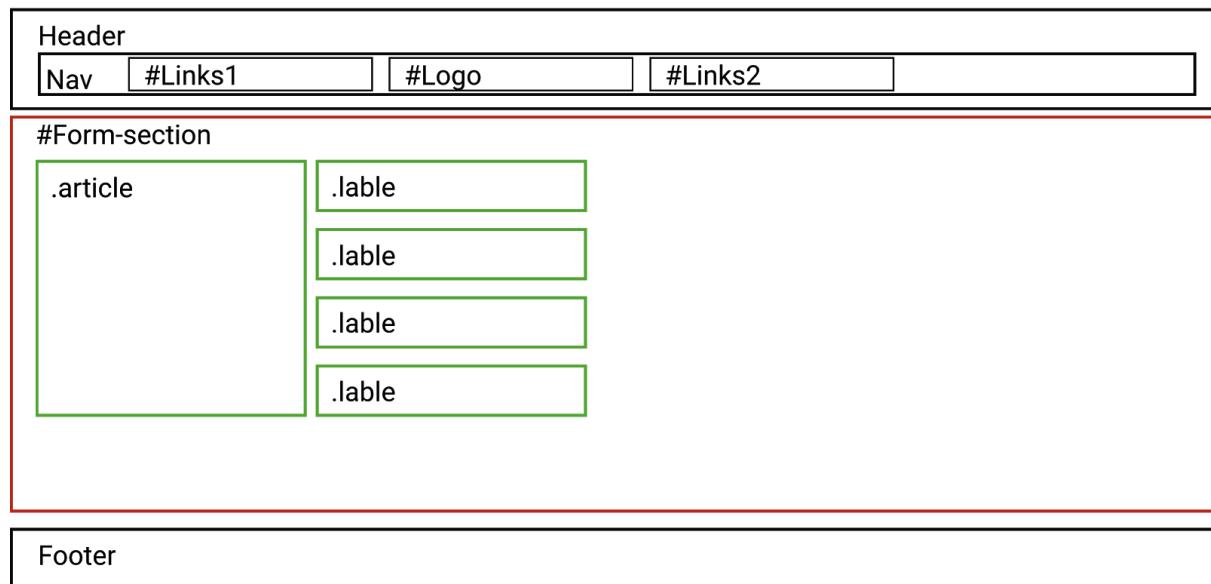
Overordnet struktur af index.html



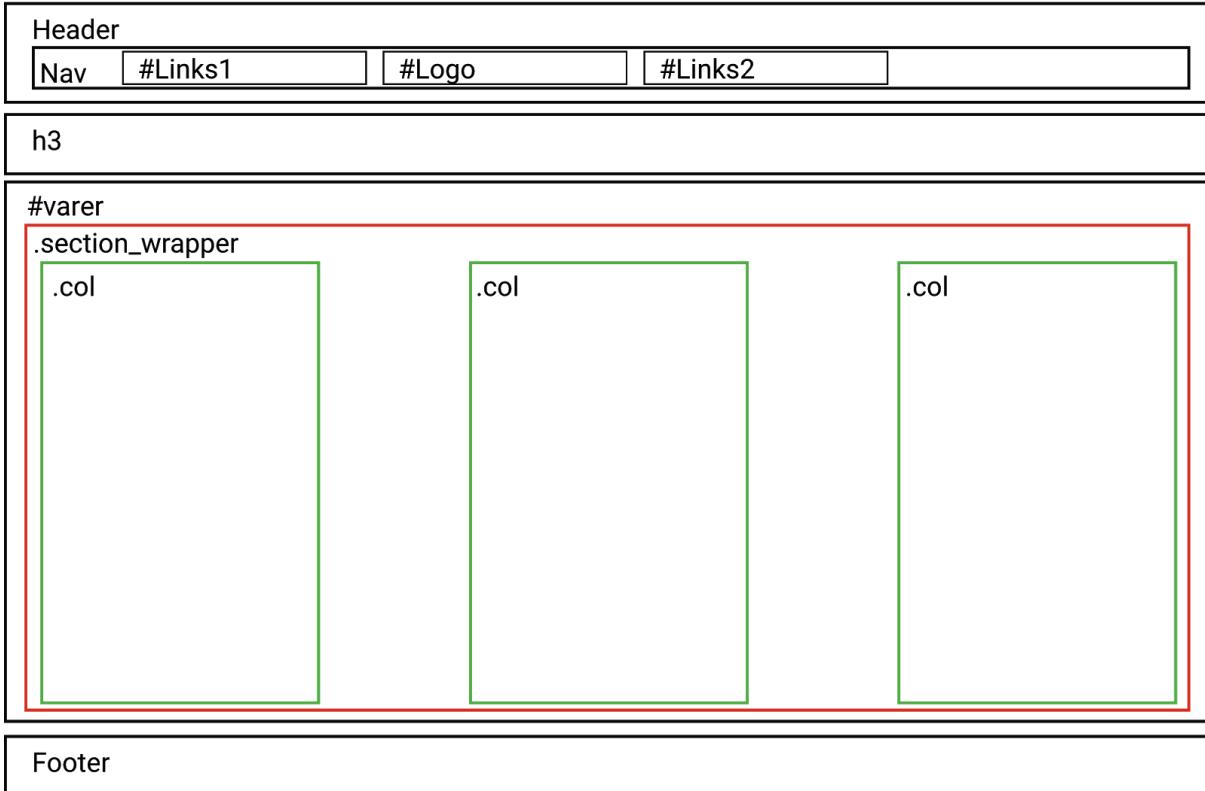
Overordnet struktur af omos.html



Overordnet struktur af kontakt.html



Overordnet struktur af varer.html



Interessant HTML med CSS.

HTML:

```
<header>
  <nav>
    <div id="menuknapp">☰</div>
    <div id="links1" class="hidden">
      <a href="index.html">Forside</a>
      <a href="omos.html">Om os</a>
    </div>
    <div id="logo">
      <a href="index.html">
        
      </a>
    </div>
    <div id="links2" class="hidden">
      <a href="kontakt.html">Kontakt os</a>
      <a href="varer.html">Varer</a>
    </div>
  </nav>
</header>
```

CSS:

```
44 nav {
45   display: grid;
46   height: 30px;
47   grid-auto-flow: column;
48   background-color: #FFFFFF;
49   grid-gap: 1em;
50   padding: 1.5em;
51   padding-left: 2em;
52   padding-right: 2em;
53   position: relative;
54 }
55
56 #logo {
57   display: grid;
58   margin: auto;
59   background-size: cover;
60   height: 150px;
61   width: 90px;
62 }
63
64 #links1 {
65   display: grid;
66   justify-content: center;
67   align-content: center;
68   grid-auto-flow: column;
69   grid-gap: 30px;
70   padding-bottom: 115px;
71   font-size: 3px;
72 }
73
74 #links2 {
75   display: grid;
76   justify-content: center;
77   align-content: center;
78   grid-auto-flow: column;
79   grid-gap: 30px;
80   padding-bottom: 115px;
81   font-size: 3px;
82 }
83 }
```

Begrunnelse

Grunnen til at jeg synes denne koden er interessant er fordi jeg prøvde noe nytt når det kom til navigasjonsbaren. Jeg har brukt grids for å sentrere logoen i midten og ha links på hver sin side. I retrospekt burde jeg nok løst det på en annen måte men det var dessverre slik det ble nå og det hadde krevd mye arbeid for å endre navigasjonsbaren på alle sidene. Jeg har definitivt blitt klokere i retrospekt.

Validering av HTML og CSS:

The screenshot shows a developer tools error console with two entries:

- Error** Attribute `name` not allowed on element `video` at this point.
From line 52, column 17; to line 52, column 60
`<video controls="" autoplay="" name="media">`
- Error** The `frameborder` attribute on the `iframe` element is obsolete. Use CSS instead.
From line 60, column 17; to line 60, column 410
`<iframe src="https://www.google.com/maps/embed?pb=!1m18!1m12!1m3!1d2249.6856243212683!2d12.537016915... height="450" frameborder="0" style="border:0;" allowfullscreen="" aria-hidden="false" tabindex="0"></ifra`

Dette var den første av to html som ikke ble validert ved første forsøk. Problemet lå naturligvis ved at jeg ikke hadde definert noe videokontrollene. Så jeg fjernet både "name="media"" og "autoplay". På mitt Google map måtte jeg fjerne hele frameborder for å få den til å validere. Dette er noe jeg ikke helt forstod selv fordi det er en kode fra en tredjepart (Google Maps).

Nu Html Checker

This tool is an ongoing experiment in better HTML checking, and its behavior remains subject to change

Showing results for index.html

Checker Input

Show source outline image report Options...

Check by Ingen fil valgt

Uploaded files with .xhtml or .xht extensions are parsed using the XML parser.

Document checking completed. No errors or warnings to show.

Used the HTML parser.
Total execution time 8 milliseconds.

[About this checker](#) • [Report an issue](#) • Version: 20.12.15

Ferdig validert.

Nu Html Checker

This tool is an ongoing experiment in better HTML checking, and its behavior remains subject to change.

Showing results for kontakt.html

Checker Input:

Show source outline image report Options...

Check by Ingen fil valgt.

Uploaded files with .xhtml or .xht extensions are parsed using the XML parser.

Use the Message Filtering button below to hide/show particular messages, and to see total counts of errors and warnings.

Message Filtering:

1. **Error** Attribute `netlify` not allowed on element `form` at this point.
From line 83, column 9 to line 83, column 55
`<form action="tak.html" name="kontakt" netlify>`
Attributes for element `form`:
Global attributes:
`accept-charset` – Character encodings to use for form submission
`action` – URL to use for form submission
`autocomplete` – Default setting for autofill feature for controls in the form
`enctype` – Entry list encoding type to use for form submission
`method` – Variant to use for form submission
`name` – Name of form to use in the `document.forms` API
`novalidate` – Bypass form control validation for form submission
`target` – Browsing context for form submission
`xsl`
2. **Error** Element `p` not allowed as child of element `label` in this context. (Suppressing further errors from this subtree.)
From line 86, column 21 to line 86, column 23
`<p>Føde*`
Contexts in which element `p` may be used:
Where `flow_content` is expected.
Content model for element `label`:
`Phrasing content`, but with no descendant `labelable elements` unless it is the element's `labeled_control`, and no descendant `label` elements.
3. **Error** Element `p` not allowed as child of element `label` in this context. (Suppressing further errors from this subtree.)
From line 93, column 21 to line 93, column 23
`<p>E-mail*`
Contexts in which element `p` may be used:
Where `flow_content` is expected.
Content model for element `label`:
`Phrasing content`, but with no descendant `labelable elements` unless it is the element's `labeled_control`, and no descendant `label` elements.
4. **Error** Element `p` not allowed as child of element `label` in this context. (Suppressing further errors from this subtree.)
From line 100, column 21 to line 100, column 23
`<p>Adresse*`
Contexts in which element `p` may be used:
Where `flow_content` is expected.
Content model for element `label`:
`Phrasing content`, but with no descendant `labelable elements` unless it is the element's `labeled_control`, and no descendant `label` elements.
5. **Error** Stray start tag `br`.
From line 107, column 25 to line 107, column 28
`
</br>`
6. **Error** Stray start tag `br`.
From line 108, column 25 to line 108, column 28
`
</br>`
7. **Error** Stray start tag `br`.
From line 109, column 25 to line 109, column 28
`
</br>`
8. **Error** Element `p` not allowed as child of element `label` in this context. (Suppressing further errors from this subtree.)
From line 116, column 21 to line 116, column 23
`<p>Skriv*`
Contexts in which element `p` may be used:
Where `flow_content` is expected.
Content model for element `label`:
`Phrasing content`, but with no descendant `labelable elements` unless it is the element's `labeled_control`, and no descendant `label` elements.
9. **Error** Attribute `input` not allowed on element `textarea` at this point.
From line 117, column 21 to line 117, column 152
`<textareas name="besked" input placeholder="Forstå os lidt om hvad din henvendelse drejer sig om!" rows="5" cols="23"></text>`
Attributes for element `textareas`:
Global attributes:
`autocomplete` – Hint for form autofill feature
`cols` – Maximum number of characters per line
`dirname` – Name of form control to use for sending the element's `directionality` in form submission
`disabled` – Whether the form control is disabled
`form` – Associates the element with a `form` element
`maxlength` – Maximum length of value
`minlength` – Minimum length of value
`name` – Name of the element to use for `form submission` and in the `form.elements` API
`placeholder` – User-visible label to be placed within the form control
`readonly` – Whether to allow the value to be edited by the user
`required` – Whether the control is required for `form submission`
`rows` – Number of lines to show
`xrap` – How the value of the form control is to be wrapped for `form submission`
10. **Warning** Section lacks heading. Consider using `h2 - h6` elements to add identifying headings to all sections.
From line 43, column 5 to line 43, column 34
`<div><section class="form-section">`

Document checking completed.

Used the HTML parser.

Total execution time: 17 milliseconds.

Alle fejlene var i det hele taget fordi at jeg havde sat forskellige elementer ind imellem en åben "label" kode.

Fx havde jeg sat nogle
 inde i en label, som ikke man ikke kan.

Derudover havde jeg problemer med disse i labels i forhold til at skulle style både tekst og feltet hvor man skal udfylde sine oplysninger i.

Disse fejl-validering blev løst ved hjælp at sætte alle labels ind i en: <div class="group">. (group 1 og 2)

På den måde kunne jeg style teksten såvel som hele "feltet" på vores kontakt.

Ved hjælp af at dele dem op i css'en eksempelvis:

.group label{}

.group input{}

.group2 label{}

group2 textarea{}

Jeg prøvede i starten at kalde på "p" elementerne, som at jeg lavede inde i selve "label" tagsne... men jeg fik fejl i html validatoren, så derfor blev det løst ved at putte dem i specifikke grupper som var udenom label tags'ne.

Use the Message Filtering button below to hide/show particular messages, and to see total counts of errors and warnings.

Message Filtering []

1. **Warning** Section lacks heading. Consider using `h2 - h6` elements to add identifying headings to all sections.
From line 43, column 5; to line 43, column 34

```
der>>> <section class="form-section"></section>
```

Document checking completed.

Source

```
1. <!DOCTYPE html>
2. <html lang="de">
3.   <head>
4.     <meta charset="utf-8">
5.     <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
6.     <meta name="robots" content="noindex">
7.   </head>
8.   <link rel="apple-touch-icon" sizes="180x180" href="favicon/apple-touch-icon.png">
9.   <link rel="icon" type="image/png" sizes="32x32" href="favicon/favicon-32x32.png">
10.  <link rel="icon" type="image/png" sizes="16x16" href="favicon/favicon-16x16.png">
11.  <link rel="mask-icon" href="safari-pinned-tab.svg" color="#5bbad5">
12.  <meta name="msapplication-TileColor" content="#c111f7">
13.  <meta name="theme-color" content="#ffffff">
14.  <title>Kontakt os</title>
15.  <link rel="stylesheet" href="kontakt.css">
16. </head>
17. </body>
18. <header>
19.   <nav id="mainNavigation">
20.     <div id="links1" class="hidden">
21.       <a href="index.html">Sonside</a>
22.       <a href="mosos.html">Om os</a>
23.     </div>
24.     <div id="logo">
25.       <a href="index.html">
26.         
27.       </a>
28.     </div>
29.     <div id="links2" class="hidden">
30.       <a href="kontakt.html">Kontakt os</a>
31.       <a href="varer.html">Varer</a>
32.     </div>
33.   </nav>
34. </header>
35. <section class="form-section">
36.   <article>
```

Feedback:

Ser fint responsivt ud - burgermenu folder sig ud langs topmenuen, og ikke som en traditionel burgermenu.

Billede: Om os - billederne visuelt ligner det samme - vertikale linjer - ville have været fedt med andre vinkler - billederne ligner lidt hinanden - skulle have leget med vinklerne.

Redigering af billeder: forskellighed på billeder... - mere striks farvetone. Mere kontinuitet.

Produkt: Kunne godt have været mere spændende billeder.

Menu og design kunne godt skille sig lidt mere ud.

Video: Mange gode vinkler og b-rolls Fungerer godt med den retro stil, treffer målgruppen godt. Fonten på SoMe-videoen kunne være hakket mer interessant og gripende

Test: Skal have 5 sekunders test med.