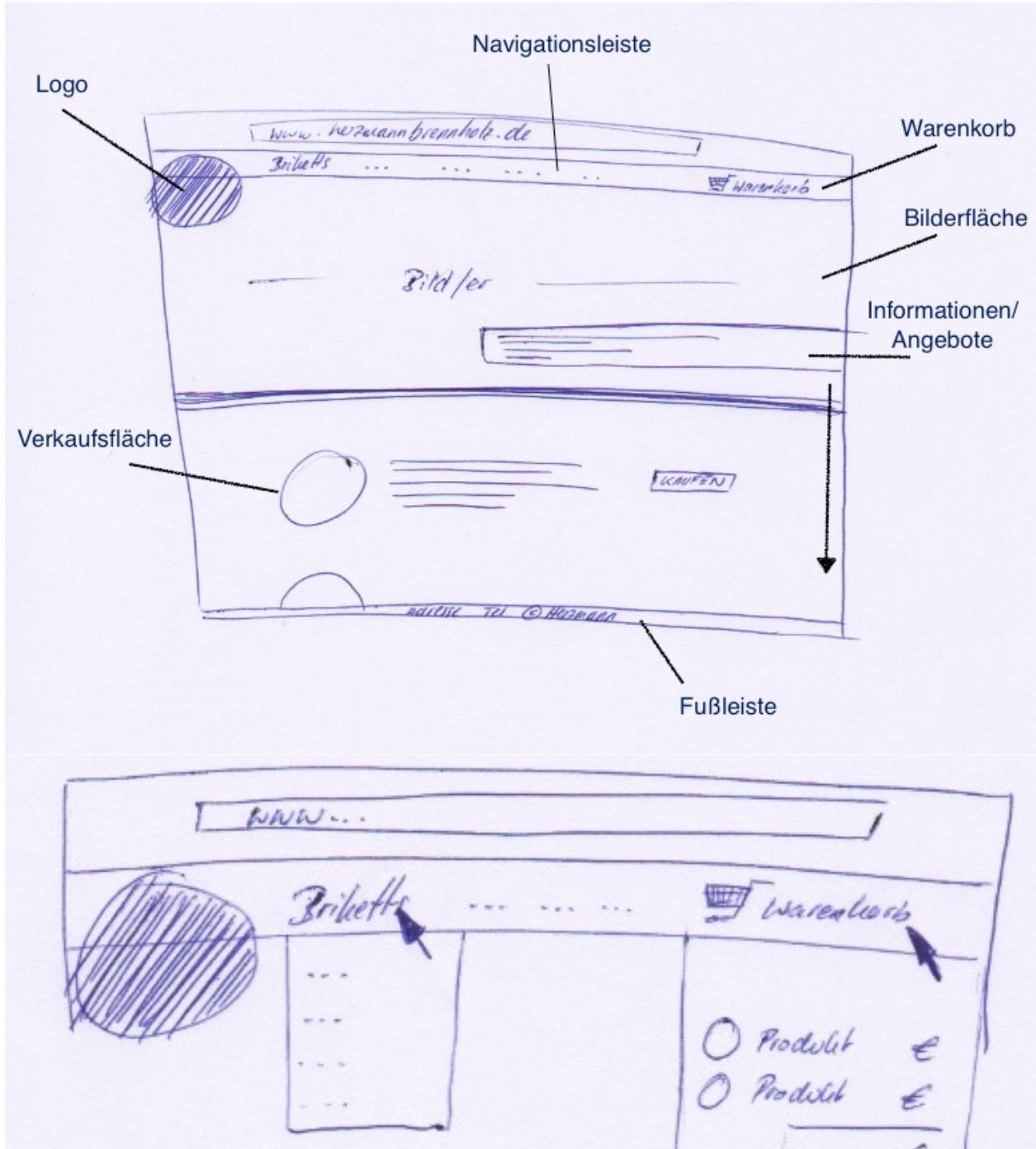


## Übung 1: HTML5 Dokumente

### Aufgabe: Comp des Seitenaufbaus

Skizzieren Sie die Grundstruktur Ihrer HTML5 Seite. Die Anwendungsdomäne soll ein Shopsystem sein. Beschreiben Sie kurz das Produkt, das Sie über das Shopsystem verkaufen wollen. Welche Eigenschaften Ihres Produktes wollen Sie darstellen?

1. Zeichnen Sie eine Skizze (Comp) der Seite und benennen Sie deren Elemente



## **2. Beschreiben Sie die jeweiligen Elemente der Seite**

- a. Logo, Erkennungselement der Firma
- b. Navigationsleiste, hier soll sich der Kunde schnell und mit wenigen Klicks zurecht finden, diese scrollt auch mit. Da der Mensch sich immer nur eine gewisse Anzahl von Chunks merken kann werden die Produkte hier übersichtlich in (Menü-)Kategorien eingeteilt.
- c. Warenkorb, Metapher: Einkaufswagen – diese sinnhafte Assoziation unterstützt die Verankerung des dargebotenen Inhalts in das vorhandene Gedächtnis.
- d. Bilderfläche/ Slideshow, wechselt entsprechend der ausgewählten Kategorie – Verbildlichung des dargebotenen Produktes um den Kunden wissen zu lassen, in welcher Kategorie (Menüwahl) er sich befindet.
- e. News/ Informationsfläche – aktuelle Sonderangebote sind hier schnell wahrzunehmen.
- f. Verkaufsfläche/ Shop-Bereich – Bilder links unterstützen den Beschreibungstextes rechts vom Bild um den Kunden das Produkt besser zu erklären/ verbildlichen
- g. Fußbereich/ Footer, scrollt mit, bildet einen ‚Rahmen‘ um die Webseite (da die Navigationsleiste auch mitscrollt)

## **3. Definieren Sie deren Funktion**

- a. Logo – Identifikationsmerkmal und ein Klick auf das Logo bringt den Benutzer wieder zur Startseite (Scrollt mit)
- b. Navigationsleiste – Benutzer hat immer und an jeder Stelle Zugriff auf die Unterpunkte (Scrollt mit)
- c. Warenkorb – Hover über den ‚Warenkorb‘ zeigt (einen Teil) des Inhalt des Warenkorbs an
- d. Slideshow (oder je nach Kategorie ein anderes Bild/er passend dazu – Orientierungshinweis (z.B. bei Brikets – Bild/er von Brikets))
- e. News/ Informationsfläche – Informiert über aktuelle Angebote der jeweiligen Kategorie
- f. Shop-Bereich – hier findet man die Angebote/ Produkte
- g. Footer – scrollt mit, Kontaktdata sind jederzeit verfügbar

#### **4. Beschreiben Sie die Benutzerinteraktion**

Da es sich um eine Seite für den Privatkunden handelt, kann man davon ausgehen, dass keines oder wenn nur geringes fachmännisches Kenntnis über die Arten von Brennholz vorhanden sein wird.

*Zielsetzung:* Der Kunde kommt auf die Website und möchte sich Brennholz für den Eigenbedarf liefern lassen. Für seinen Ofen benötigt er Briketts.

*Intension:* Der Kunde merkt, als er am Ende der Seite angelangt ist dass er auf der Startseite keine aktuellen Angebote zu Briketts findest.

*Handlungsplanung:* Da die Navigationsleiste ständig mitscrollt muss er für seinen nächsten Schritt nicht mehr die Seite nach oben scrollen und er sieht sofort in der Navigationsleiste den Menüpunkt ‚Briketts‘

*Ausführung:* Er fährt mit den Cursor oben in der Navigationsleiste auf ‚Briketts‘ und ein Untermenü öffnet sich. Er sieht den Menüpunkt ‚Auf Paletten‘ und klickt interessiert darauf.

*Wahrnehmungsphase:* in der Verkaufsfläche werden nun die Angebote zu Briketts auf Paletten angezeigt. Zudem hat sich das große Bild in eines mit Briketts darauf geändert.

*Interpretationsphase:* Der Kunde sieht, dass er keinen Bedarf an einer Lieferung einer Palette Briketts benötigt

*Bewertungsphase:* Der Kunde sieht, dass er keinen Bedarf an einer Lieferung einer Palette Briketts benötigt und klickt im Untermenü von Briketts auf ‚Kilowaise‘.

Dort wählt er ein Produkt aus und klickt auf ‚In den Warenkorb‘. Er nimmt sofort Notiz, dass seine Auswahl im Warenkorb gelandet ist und wickelt den Kauf durch den Klick auf ‚Warenkorb‘ ab.

#### **5. Experimentieren Sie mit Farbkombinationen für Vorder- und Hintergrund**

Ich habe mich dazu entschieden ein sehr großes Bild als Hauptaugenmerkmal zu wählen, da es sich um eine Website für Privatkunden handelt. Mit diesen Bildern wäre es möglich dem Kunden sehr viele Assoziationen zu vermitteln, z.B. wählt man ein Bild eines Kaminfeuers und der Kunde überträgt das auf einen möglichen gemütlichen Abend vor seinen eigenen Kamin.

Zudem sollte alles dezent sein um die Übersichtlichkeit nicht zu verlieren. Deshalb wurden die Farben auf ein sehr dunkles grau und ein dunkleres weiß begrenzt. Vor allem auch, da sie sehr gut assoziierbar mit ‚Kamin‘, ‚Kohle‘ sind.