

BIBLIOTHEK DER MEDIENGESTALTUNG

Peter Bühler  
Patrick Schlaich  
Dominik Sinner

# Webdesign

Interfacedesign · Screendesign ·  
Mobiles Webdesign

# Bibliothek der Mediengestaltung

Konzeption, Gestaltung, Technik und Produktion von Digital- und Printmedien sind die zentralen Themen der Bibliothek der Mediengestaltung, einer Weiterentwicklung des Standardwerks Kompendium der Mediengestaltung, das in seiner 6. Auflage auf mehr als 2.700 Seiten angewachsen ist. Um den Stoff, der die Rahmenpläne und Studienordnungen sowie die Prüfungsanforderungen der Ausbildungs- und Studiengänge berücksichtigt, in handlichem Format vorzulegen, haben die Autoren die Themen der Mediengestaltung in Anlehnung an das Kompendium der Mediengestaltung neu aufgeteilt und thematisch gezielt aufbereitet. Die kompakten Bände der Reihe ermöglichen damit den schnellen Zugriff auf die Teilgebiete der Mediengestaltung.

Weitere Bände in der Reihe: <http://www.springer.com/series/15546>

Peter Bühler  
Patrick Schlaich  
Dominik Sinner

# Webdesign

Interfacedesign – Screendesign – Mobiles Webdesign

**Peter Bühler**  
Affalterbach, Deutschland

**Dominik Sinner**  
Konstanz-Dettingen, Deutschland

**Patrick Schlaich**  
Kippenheim, Deutschland

ISSN 2520-1050  
Bibliothek der Mediengestaltung  
ISBN 978-3-662-53917-0  
DOI 10.1007/978-3-662-53918-7

ISSN 2520-1069 (electronic)  
ISBN 978-3-662-53918-7 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Vieweg

© Springer-Verlag GmbH Deutschland 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Vieweg ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer-Verlag GmbH Deutschland

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Heidelberger Platz 3, 14197 Berlin, Germany

The Next Level – aus dem Kompendium der Mediengestaltung wird die Bibliothek der Mediengestaltung.

Im Jahr 2000 ist das „Kompendium der Mediengestaltung“ in der ersten Auflage erschienen. Im Laufe der Jahre stieg die Seitenzahl von anfänglich 900 auf 2700 Seiten an, so dass aus dem zunächst einbändigen Werk in der 6. Auflage vier Bände wurden. Diese Aufteilung wurde von Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, sehr begrüßt, denn schmale Bände bieten eine Reihe von Vorteilen. Sie sind erstens leicht und kompakt und können damit viel besser in der Schule oder Hochschule eingesetzt werden. Zweitens wird durch die Aufteilung auf mehrere Bände die Aktualisierung eines Themas wesentlich einfacher, weil nicht immer das Gesamtwerk überarbeitet werden muss. Auf Veränderungen in der Medienbranche können wir somit schneller und flexibler reagieren. Und drittens lassen sich die schmalen Bände günstiger produzieren, so dass alle, die das Gesamtwerk nicht benötigen, auch einzelne Themenbände erwerben können. Deshalb haben wir das Kompendium modularisiert und in eine Bibliothek der Mediengestaltung mit 26 Bänden aufgeteilt. So entstehen schlanke Bände, die direkt im Unterricht eingesetzt oder zum Selbststudium genutzt werden können.

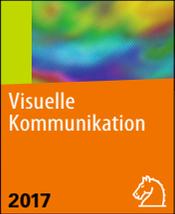
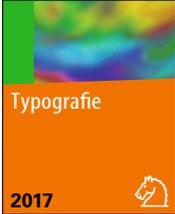
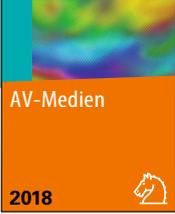
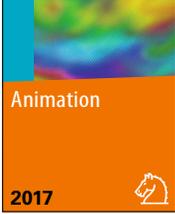
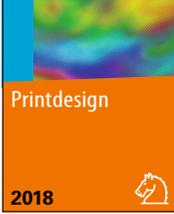
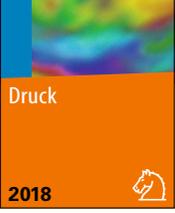
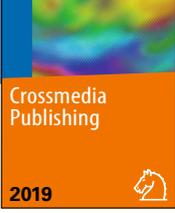
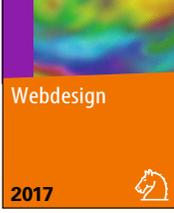
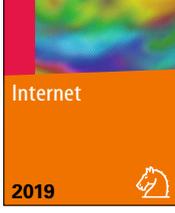
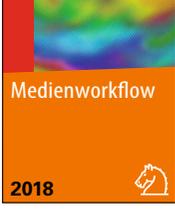
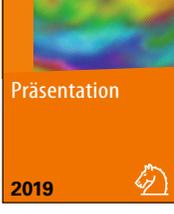
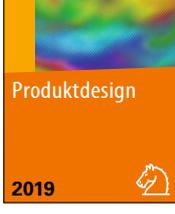
Bei der Auswahl und Aufteilung der Themen haben wir uns – wie beim Kompendium auch – an den Rahmenplänen, Studienordnungen und Prüfungsanforderungen der Ausbildungs- und Studiengänge der Mediengestaltung orientiert. Eine Übersicht über die 26 Bände der Bibliothek der Mediengestaltung finden Sie auf der rechten Seite. Wie Sie sehen, ist jedem Band eine Leitfarbe zugeordnet, so dass Sie bereits am Umschlag erkennen,

welchen Band Sie in der Hand halten. Die Bibliothek der Mediengestaltung richtet sich an alle, die eine Ausbildung oder ein Studium im Bereich der Digital- und Printmedien absolvieren oder die bereits in dieser Branche tätig sind und sich fortbilden möchten. Weiterhin richtet sich die Bibliothek der Mediengestaltung auch an alle, die sich in ihrer Freizeit mit der professionellen Gestaltung und Produktion digitaler oder gedruckter Medien beschäftigen. Zur Vertiefung oder Prüfungsvorbereitung enthält jeder Band zahlreiche Übungsaufgaben mit ausführlichen Lösungen. Zur gezielten Suche finden Sie im Anhang ein Stichwortverzeichnis.

Ein herzliches Dankeschön geht an Herrn Engesser und sein Team des Verlags Springer Vieweg für die Unterstützung und Begleitung dieses großen Projekts. Wir bedanken uns bei unserem Kollegen Joachim Böhringer, der nun im wohlverdienten Ruhestand ist, für die vielen Jahre der tollen Zusammenarbeit. Ein großes Dankeschön gebührt aber auch Ihnen, unseren Leserinnen und Lesern, die uns in den vergangenen fünfzehn Jahren immer wieder auf Fehler hingewiesen und Tipps zur weiteren Verbesserung des Kompendiums gegeben haben.

Wir sind uns sicher, dass die Bibliothek der Mediengestaltung eine zeitgemäße Fortsetzung des Kompendiums darstellt. Ihnen, unseren Leserinnen und Lesern, wünschen wir ein gutes Gelingen Ihrer Ausbildung, Ihrer Weiterbildung oder Ihres Studiums der Mediengestaltung und nicht zuletzt viel Spaß bei der Lektüre.

Heidelberg, im Frühjahr 2017  
Peter Bühler  
Patrick Schlaich  
Dominik Sinner

 <p>Visuelle Kommunikation 2017</p>	 <p>Digitale Farbe 2018</p>	 <p>Typografie 2017</p>	 <p>Digitales Bild 2017</p>	 <p>Digitale Fotografie 2017</p>
 <p>Zeichen und Grafik 2017</p>	 <p>AV-Medien 2018</p>	 <p>Animation 2017</p>	 <p>Printdesign 2018</p>	 <p>Druckvorstufe 2018</p>
 <p>Druck 2018</p>	 <p>Crossmedia Publishing 2019</p>	 <p>PDF 2018</p>	 <p>Webdesign 2017</p>	 <p>HTML5 und CSS3 2017</p>
 <p>Webtechnologien 2018</p>	 <p>Digital Publishing 2018</p>	 <p>Datenmanagement 2019</p>	 <p>Informationstechnik 2019</p>	 <p>Internet 2019</p>
 <p>Medienrecht 2017</p>	 <p>Medienmarketing 2019</p>	 <p>Medienworkflow 2018</p>	 <p>Präsentation 2019</p>	 <p>Produktdesign 2019</p>
 <p>Designgeschichte 2019</p>				

**Bibliothek der Mediengestaltung**  
Titel und Erscheinungsjahr

---

<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>2</b>
1.1	<b>Standortbestimmung</b> .....	2
1.1.1	Was heißt Webdesign?.....	2
1.1.2	Web im Wandel.....	2
1.2	<b>Disziplinen des Webdesigns</b> .....	5
1.2.1	Interfacedesign.....	5
1.2.2	Informationsdesign.....	6
1.2.3	Interaktionsdesign.....	6
1.2.4	Screendesign.....	6
1.3	<b>Webdesign – Printdesign</b> .....	7
1.4	<b>Aufgaben</b> .....	10
<b>2</b>	<b>Interfacedesign</b>	<b>12</b>
2.1	<b>Content und Design</b> .....	12
2.1.1	Begriffsbestimmung.....	12
2.1.2	Content Management.....	13
2.1.3	Content-Management-Systeme.....	15
2.2	<b>Usability</b> .....	16
2.2.1	Benutzeroberfläche (User Interface).....	16
2.2.2	Benutzerfreundlichkeit (Usability).....	16
2.2.3	Usability-Tests.....	17
2.2.4	Zielgruppenanalyse.....	18
2.3	<b>Informationsdesign</b> .....	20
2.3.1	Einführung.....	20
2.3.2	Lineare Struktur.....	21
2.3.3	Baumstruktur.....	22
2.3.4	Netzstruktur.....	23
2.3.5	Kombinierte Struktur.....	24
2.3.6	Entwurf einer Navigationsstruktur.....	25
2.4	<b>Navigationselemente</b> .....	26
2.4.1	Maus und Tastatur.....	26
2.4.2	Touchscreen.....	28
2.4.3	Navigationshilfen.....	32
2.5	<b>Interaktionsdesign</b> .....	33
2.5.1	Begriffsbestimmung.....	33
2.5.2	Interaktionsformen.....	33
2.5.3	Formulare.....	35



---

<b>4</b>	<b>Anhang</b>	<b>88</b>
<b>4.1</b>	<b>Lösungen</b> .....	<b>88</b>
4.1.1	Einführung .....	88
4.1.2	Interfacedesign .....	88
4.1.3	Screendesign .....	91
<b>4.2</b>	<b>Links und Literatur</b> .....	<b>94</b>
<b>4.3</b>	<b>Abbildungen</b> .....	<b>95</b>
<b>4.4</b>	<b>Index</b> .....	<b>97</b>

## 1.1 Standortbestimmung

### 1.1.1 Was heißt Webdesign?

Webdesign heißt wörtlich: Design für das Web. Beide Begriffe, Web und Design, sind jedoch nicht klar definiert.

Mit *Web* ist das World Wide Web (kurz: WWW) gemeint. Es handelt sich dabei nicht um das Internet, sondern um einen Internetdienst, mit dem sich (multi-)mediale Inhalte (Texte, Bilder, Sound, Video,...) auf Basis der Seitenbeschreibungssprachen HTML5 und CSS3 im Internet veröffentlichen lassen. Im Vergleich zu Printmedien gibt es drei wesentliche Unterschiede:

- Webseiten sind *verlinkt* – sie lassen sich in beliebiger Weise (nichtlinear) mit anderen Webinhalten verknüpfen.
- Webseiten sind *multimedial* – sie können Ton, Videos und Animationen enthalten.
- Webseiten sind *interaktiv* – sie ermöglichen den Nutzern, z. B. über Formulare, mit dem Anbieter in Dialog zu treten.

Auch der zweite Begriff, *Design*, ist nicht eindeutig definiert. Da es keine geschützte Berufsbezeichnung ist, darf sich im Prinzip jeder Designer nennen. Unter Webdesign verstehen wir die *Konzeption und Gestaltung von Webapplikationen*. Dabei handelt es sich längst nicht mehr ausschließlich um Webseiten, auch Software gelangt in Form von Apps mehr und mehr ins Internet, v. a. durch die massive Verbreitung von mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablets.

Mit den sich ändernden Technologien unterliegt deshalb auch das Berufsbild des Webdesigners einem ständigen Wandel. Eine intensive Zusammenarbeit mit denjenigen, die sich um die technische Realisation kümmern, ist entscheidend für erfolgreiche Projekte. Webdesigner müssen keine Program-

mierer sein, aber sie müssen mit ihnen kommunizieren können. Denn im Unterschied zum Printbereich besteht bei Digitalmedien eine enge Verzahnung von Design und Technologie: Die designerische Idee muss mit vertretbarem Aufwand technisch umsetzbar sein. Es dürfte kein zweites Gebiet geben, das sich so dynamisch und rasant verändert wie das Internet. Das Internet nimmt in unserem beruflichen wie privaten Leben einen immer größeren Stellenwert ein.

Für Webdesigner und -entwickler ist dies Fluch und Segen zugleich: Fluch, weil es immer schwerer fällt, mit den ständigen Veränderungen Schritt zu halten. Was heute ein Hype ist, kann morgen schon wieder out sein. Was wir vor drei Jahren in der letzten Auflage des Kompendiums geschrieben haben, ist teilweise überholt. Was wir vor fünfzehn Jahren in der ersten Auflage geschrieben haben, ist Geschichte.

Andererseits bieten die ständigen Veränderungen aber auch ein riesiges Potenzial: Ein Beleg hierfür ist die große Anzahl an Start-up-Unternehmen, die mit einer neuen Geschäftsidee auf den Durchbruch hoffen.

### 1.1.2 Web im Wandel

Wie oben erwähnt unterliegt das Web und damit zwangsläufig auch der Beruf des Webdesigners einem ständigen Wandel. Im Folgenden fassen wir die wichtigsten Veränderungen der letzten Jahre zusammen:

#### **Mobiles Web**

Mit der Einführung des iPhones im Jahr 2007 begann der Siegeszug der Smartphones und des mobilen Internets. Es ist dem genialen Visionär *Steve Jobs* von Apple zu verdanken, dass alle heu-