



Dokumentation zur Gestaltung der Web-App „Paula’s Garden“

Christian Eremenko 4024

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-------|
| 1. Projektüberblick & Zielsetzung | 3 |
| 2. Gestalterisches Konzept und Begründung | 4 |
| 2.1 Struktur & Navigation | 4 |
| 2.2 Farbwelt & Typografie | 5 |
| 2.3 Bildsprache & Grafikelemente | 6-7 |
| 3. Gestaltung des Gutscheingenerators | 8-9 |
| 4. Besonderheiten & Usability | 10 |
| 5. Visualisierung & Werkzeuge | 11 |
| 6. Quellen | 12 |
| 7. Arbeitsplanung | 13-14 |

1. Projektüberblick & Zielsetzung

Im Rahmen der Abschlussprüfung Medientgestalter Digital und Print wurde eine Web-App für das fiktive Gartencenter „Paula’s Garden“ entwickelt.

Ziel ist die Gestaltung einer modernen, bildbetonten und nutzerfreundlichen Anwendung im Tablet-Format (1366 × 1024 px, Landscape).

Die Anwendung soll sowohl Stammkundschaft als auch insbesondere eine jüngere Zielgruppe emotional ansprechen, Informationen attraktiv vermitteln und durch zeitgemäßes UI-Design zur Interaktion einladen.

Die Pflichttexte aus „Web-App.docx“ wurden vollständig und unverändert in die jeweiligen Bereiche der Web-App integriert



2. Gestalterisches Konzept und Begründung

2.1 Struktur & Navigation

Die Startseite präsentiert sich in einem klaren Kachel-Design mit großformatigen, bildbetonten Menükacheln für die fünf Hauptbereiche.

Begründung:

Das Kachelprinzip ist besonders für Touch-Geräte geeignet, da es große, leicht zu treffende Interaktionsflächen schafft und die wichtigsten Themen auf einen Blick sichtbar macht. Die Struktur orientiert sich an den Prinzipien der Klarheit und Übersichtlichkeit (z. B. Fitts' Law und Hick's Law im UX-Design). Jede Unterseite folgt einem einheitlichen Grundlayout mit großzügigem Weißraum und einer fest platzierten Navigationsleiste am unteren Bildschirmrand. Ein Home-Icon ermöglicht die jederzeitige Rückkehr zur Startseite.



Begründung:

Durch ein konsistentes Layout und eine feste Navigation entsteht Orientierung und Vertrauen. Die Nutzer:innen finden sich intuitiv zurecht und können jederzeit zwischen den Bereichen wechseln – ein entscheidender Faktor für die positive User Experience an Infopoints.

2.2 Farbwelt & Typografie

Die Farbpalette wurde mithilfe von Huemint entwickelt und kombiniert sanfte Grüntöne, florale Pastellfarben und ein warmes Weiß. Akzentfarben in Blüten- und Erdtönen sorgen für gezielte Highlights.



Begründung:

Die Farbwahl unterstützt gezielt das Markenimage eines modernen Gartencenters. Grüntöne und Naturfarben vermitteln Frische, Natürlichkeit und Nachhaltigkeit. Pastellfarben sprechen die junge, designaffine Zielgruppe an, wirken einladend und freundlich, während neutrale Flächen für Ruhe und Lesbarkeit sorgen. Akzentfarben setzen gezielte Blickpunkte, um Interaktionselemente hervorzuheben.

Mainschrift Handschrift



Als Schrift kommt Montserrat (Sans Serif) zum Einsatz, ergänzt durch eine Handschrift für markenspezifische Akzente. Die ergänzende Handschrift schafft Persönlichkeit und unterstützt die emotionale Markenbindung.

call to action

Begründung:

Eine serifenlose, moderne Schrift wie Montserrat ist besonders gut für digitale Anwendungen geeignet und sichert Lesbarkeit auf allen Geräten. Sie unterstreicht die moderne Ausrichtung und sorgt in Verbindung mit klarer Hierarchie (deutliche Größenunterschiede, Fettungen) für Orientierung.

2.3 Bildsprache & Grafikelemente

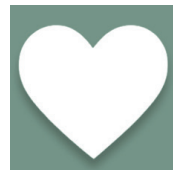
Das Bildmaterial stammt aus dem Prüfungsordner sowie von Freepik und Unsplash (lizenzfrei und kommerziell nutzbar). Die Motivauswahl ist eng an die Inhalte der einzelnen Unterseiten angepasst.



Begründung:

Authentische, hochwertige Blumen- und Gartenfotos schaffen sofort eine emotionale Verbindung zur Zielgruppe und transportieren das Markenversprechen von Qualität und Vielfalt.

Icons sind als weiße, reduzierte SVGs gestaltet und werden konsequent verwendet. Florale Ornamente und weitere Zierelemente unterstreichen die Markenidentität.



Begründung:

Reduzierte Icons gewährleisten gute Erkennbarkeit und Klarheit, vor allem auf kleinen oder farbigen Flächen. Florale Ornamente dienen der Emotionalisierung und Individualisierung, ohne die Usability zu beeinträchtigen.



3. Gestaltung des Gutscheingenerator

Im Bereich „Freude schenken“ werden vier individuelle Gutscheine im DIN-A6-Format angeboten („Roses and more“, „Flowerpower“, „Happy Bees“, „Spooky Halloween“), jeweils mit Logo, Schriftzug „Gutschein“ und Platzhaltern für Name und Betrag.

Begründung:

Die Vielfalt der Motive bedient verschiedene Anlässe und Geschmäcker, was die Attraktivität des Angebots erhöht. Das offizielle Logo und die prominente Platzierung des Schriftzugs sorgen für Wiedererkennung und Vertrauen.



Die Motivauswahl erfolgt über Miniaturansichten, die aktuelle Auswahl wird groß angezeigt (Live-Vorschau). Die Betragswahl erfolgt per floral gestalteten Radiobuttons.

Begründung:

Durch die Live-Vorschau wird der Auswahlprozess interaktiv und transparent (WYSI-WYG-Prinzip). Große, floral gestaltete Radiobuttons steigern die Emotionalität und das Nutzererlebnis.

Alle Pflichtfelder und Datenschutzhinweise sind gemäß Aufgabenstellung integriert. Nach Abschluss der Bestellung informiert ein Pop-up über die erfolgreiche Erstellung des Gutscheins.

Begründung:

Das Pop-up gibt dem Nutzenden sofortige Rückmeldung und Sicherheit, dass der Vorgang abgeschlossen wurde, was eine positive User Experience erzeugt.

4. Besonderheiten & Usability

Die gesamte Gestaltung ist für die Nutzung am Tablet optimiert: Große Touchflächen, klare Kontraste und ausreichend Abstand erleichtern die Bedienung am Infopoint – auch für unerfahrene Nutzer:innen.

Begründung:

Die Touch-Optimierung ist notwendig, da die Anwendung direkt im Gartencenter auf Tablets genutzt wird.



Grundlegende Prinzipien der Barrierefreiheit werden berücksichtigt. (hoher Farbkontrast, ausreichend große Schriftgrößen, klare Sprache).

Begründung:

Dadurch wird die App für möglichst viele Besucher:innen zugänglich – auch für Menschen mit Einschränkungen. Das neue Logo und wiederkehrende Icons auf allen Seiten sorgen für eine starke Markenbindung und Wiedererkennbarkeit.

Begründung:

Konsistenz in Branding und Navigation schafft Vertrauen und fördert die Orientierung innerhalb der Anwendung.



5. Visualisierung & Werkzeuge

Die Entwürfe wurden mit Figma erstellt. Visualisiert sind Startseite, Kachelmenü, alle Hauptunterseiten und die vier Gutschein-motive.

Begründung:

Figma ermöglicht effizientes, kollaboratives Arbeiten und eine schnelle Anpassung von Mockups. Die Visualisierung in Figma entspricht modernen Arbeitsmethoden im UI/UX-Design.



6. Quellen

Prüfungsordner „AP_MG_SO_25|AV/X_DATEN“ (Logo, Bilder, Vorgabentexte)
 Freepik KI (Icons, Illustrationen, lizenzfrei & kommerziell)
 Unsplash (hochwertige Blumen- und Gartenfotos)
 Pinterest, Bimble (Moodboards, UI/UX-Inspiration)
 Huemint (Farbpaletten-Generator)
 ChatGPT (Konzept, Text, Struktur)
 Dozent*innen (Feedback)
 Figma, Photoshop, Illustrator (Entwürfe & Visualisierungen)

7. Arbeitsplanung

(Konzeptionsphase)

| Arbeitsschritt | Dauer in Tagen | Hard-/Software / Quellen |
|---|----------------|--|
| Analyse der Aufgabenstellung | 0,5 | Aufgabenblatt, Prüfungsunterlagen |
| Recherche & Inspirationsphase | 2 | Pinterest, Bimble, Freepik, Unsplash, Huemint, ChatGPT, Dozent*innen |
| Entwicklung Moodboard & Farbkonzept | 1 | Figma, Huemint, Adobe Color |
| Entwicklung Typografie-Konzept | 0,5 | Figma, Google Fonts |
| Ausarbeitung Styleguide | 0,5 | Figma |
| Erstellung erster Layoutentwürfe (Wireframes) | 1 | Figma |
| Bildauswahl und Bildbearbeitung | 1 | Figma, Photoshop, Freepik, Unsplash |
| Entwicklung Icons und grafischer Elemente | 1 | Figma, Illustrator, Freepik |
| Ausarbeitung der Musterseiten & Kachelmenüs | 1 | Figma |
| Gestaltung der Gutscheinmotive | 1 | Figma, Illustrator, Freepik, Unsplash |
| Feedback- und Überarbeitungsphase | 0,5 | Dozent*innen, Figma |
| Zusammenstellung & Dokumentation der Entwürfe | 1 | Word, Acrobat, Figma, ChatGPT |
| Vorbereitung der Abgabe/Präsentation | 1 | PDF-Tool |
| Gesamt | ~12 Tage | Umsetzung erfolgt in: HTML, CSS, JS, Dreamviever |

7. Arbeitsplanung

(Umsetzung)

| Arbeitsschritt | Dauer in Tagen | Hard-/Software / Quellen |
|--|----------------|----------------------------|
| Bilder erstellen/generieren | 1 | Freepik/ Photoshop |
| Verzeichnisstruktur anlegen | 0,5 | Dreamviewer, HTML, CSS, JS |
| Startseite | 0,5 | Dreamviewer, HTML, CSS, JS |
| Gutscheingenerator | 3 | Dreamviewer, HTML, CSS, JS |
| „Lovestory“ | 0,5 | Dreamviewer, HTML, CSS, JS |
| scripte schreiben | 3 | Dreamviewer, JS, chatGPT |
| Außerarbeitung Icons und grafischer Elemente | 1 | Illustrator/ Photoshop |
| „Blühende Events“ | 1 | Dreamviewer, HTML, CSS, JS |
| „Angebote“ | 1 | Dreamviewer, HTML, CSS, JS |
| Navigation | 0,5 | Dreamviewer, HTML, CSS, JS |
| W3 einbinden | 0,5 | Dreamviewer, HTML, CSS, JS |
| „screensaver“ | 1,5 | Dreamviewer, HTML, CSS, JS |
| Gesamt | ~14 Tage | |

