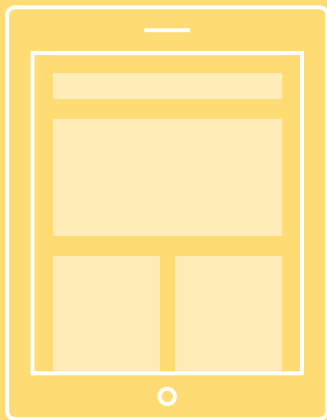


Responsive Design & Content



/ Für responsiven Inhalt entwerfen

Responsives Webdesign - ein Designmuster mit dem Websites auf jedem Gerät und jeder Bildschirmgröße gut reagieren und sich anpassen können - ist einer der Grundpfeiler der modernen Webtechnologie, dessen Bedeutung immer weiter zunimmt. Heutzutage machen Mobil- und Tablet-Geräte mehr als die Hälfte des gesamten Internetverkehrs aus. Somit können Sie darauf wetten, dass wenn Ihre Website nicht responsive ist, die Ihrer Konkurrenz es sind.

Eine wirklich responsive Site beginnt und endet jedoch nicht mit technischem Design. Denn egal wie gut Ihr responsive Theme auch ist, spielt dies keine Rolle, wenn Ihr Inhalt nicht gut genug ist. Wenn es um reaktionsschnelle Websites geht, sollten Sie einen Content-First-Ansatz und eine Integration Ihrer Inhalte und technischen Teams in Betracht nehmen, um somit nicht nur Geld zu sparen, sondern auch bessere Ergebnisse zu erzielen. Eine gute responsive Site bringt technisches Know-How mit einem starken Verständnis der Content-Performance in Einklang.

Über FFW

"Moving forward at the speed of digital innovation!". Als Digital-Agentur haben wir uns bei FFW darauf spezialisiert, digitale Experience-Plattformen zu realisieren, die unsere Kunden erfolgreicher machen.

Seit dem Jahr 2000 vertrauen uns einige der weltgrößten Unternehmen und Marken die Umsetzung ihrer digitalen Lösungen an, die wir kreativ, nutzerfreundlich und ergebnisorientiert realisieren. Gemeinsam sind wir mehr als 375+ Festangestellte in 10 Ländern und haben mehr als 1.000 digitale Lösungen umgesetzt.

Besuchen Sie uns auf:

 [FFWagency.com](https://ffwagency.com)

 Facebook

 Twitter

 LinkedIn

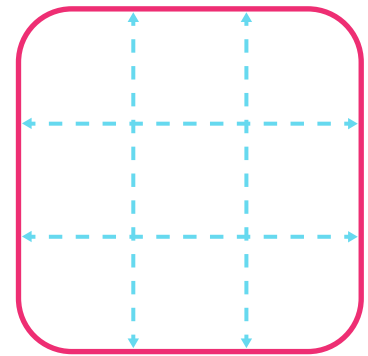
Die Grundlagen des responsive Designs

Responsives Webdesign bedeutet eine Website so zu gestalten, **dass dieselbe Site über verschiedene große Geräte hinweg gleich angezeigt wird**. Abhängig von der Bildschirm- oder Fenstergröße wird das Layout der Website entsprechend skaliert und angepasst, um den verfügbaren Platz bestmöglich zu nutzen.

Jede responsive Website hat einige Gemeinsamkeiten bzgl. Design, Implementierung und Optimierung, egal um welchen Inhalt oder welche Art von Website es sich handelt (E-Commerce, Nachrichten usw.):

Fluid und adaptive Raster

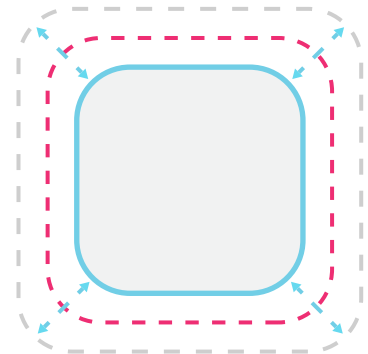
Sowohl das fluid als auch das adaptive Raster ermöglichen die Skalierung der Seitenbereiche abhängig von der Größe des Benutzerbildschirms. Dies bedeutet, dass Ihre Benutzer unabhängig vom Darstellungsbereich den gleichen Informationskontext erfahren können. In einem **fluid Design** hat der Inhalt prozentuale Breite - beispielsweise kann ein Bild 50% der Bildschirm- oder Containerbreite einnehmen, während beim **adaptiven Raster** sogenannte Medienabfragen verwendet werden, um die Bildschirmgröße zu bestimmen und das Layout entsprechend in festen Abständen zu ändern.



Relative Units und flexible Medien

Relative Units sind selbstreferentielle Messungen im CSS einer Seite, die Designelemente wie Breite, Ränder und Abstände flexibel skalieren können. Anstatt einen Container mithilfe von Pixeln fest zu codieren, ermöglicht die Verwendung relativer Units wie Prozentangaben, ems oder rems, dass ein Design flexibel und „flüssig“ bleibt und sich an seinen Kontext anpassen kann.

Ähnlich sollten Medienelemente (wie Bilder und Videos) relative Units verwenden, um relativ zur Größe ihres Containers zu skalieren. Dies wird als **flexibles Medium** bezeichnet, bei dem der Benutzer auf Rich Media zugreifen kann, welches auf sein Gerät zugeschnitten ist.



Medienabfragen und Breakpoints

Mit Medienabfragen (Media Queries) können Designer bedingte CSS-Regeln basierend auf der Größe eines Browsers erstellen. Im Wesentlichen bieten Medienabfragen eine Möglichkeit, den Browser ständig nach dem Gerätetyp (Bildschirm oder Druck) sowie nach der Größe des Browserfensters abzufragen und nur bestimmte CSS-Eigenschaften anzuwenden, wenn die Abfrage den von uns festgelegten Kriterien entspricht.

Auf diese Weise können Organisationen festgelegte **Breakpoints** oder vordefinierte Größen oder Punkte bestimmen und entwerfen, an denen sich ein Layout ändert, z. B. ein Punkt, an dem zwei Inhaltsblöcke ihre Positionen von Seite zu Seite in einen vertikalen Stapel ändern können. Apropos, Spalten – ein gutes Beispiel für Breakpoints: Eine Seite zeigt möglicherweise eine Spalte mit „gestapeltem“ Inhalt auf einem mobilen Gerät an, wechselt jedoch zu zwei Spalten an einem Tablet- Breakpoint und schließlich zu drei Spalten in einem Desktop-Browser.



Flow

Mit Dingen wie relativen Units, Fluid Raster und Breakpoints zu konstruieren bedeutet, dass wir für einen „Flow“ entwerfen müssen. **Flow** bezieht sich auf die Art und Weise, wie Inhalte auf sich verändernde Browsergrößen reagieren und zu neuen Positionen „fließen“. Beispielsweise kann derselbe Textabsatz auf einem Mobiltelefon einen viel größeren vertikalen Teil eines Bildschirms einnehmen als auf einem Desktop, sodass das Entwerfen eines Textelements mit einer festen Höhe dazu führt, dass der Text sich plötzlich mit anderen Teilen vom Text auf der Seite überlappt. Stattdessen sollten Designs flexibel sein und so fließen, dass der Inhalt, der darunter liegt weiter nach unten geschoben wird, um unordentliche Überlappungen zu vermeiden.

Progressive Verbesserung und elegante Degradierung

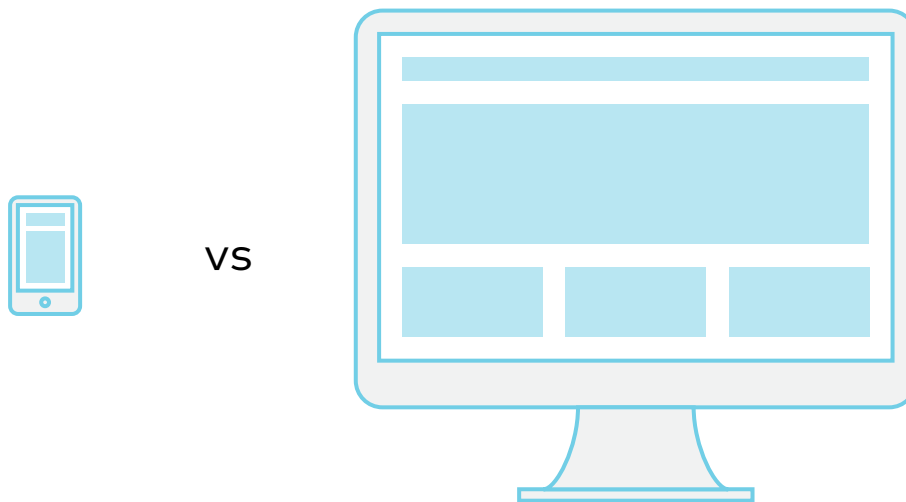
Obwohl dies nicht direkt mit responsive Design zusammenhängt, beachten Sie in Ihrer responsiven Strategie den Umgang mit verschiedenen Browsern und Geräten, die HTML und CSS interpretieren können. Im Allgemeinen gibt es zwei verschiedene Strategien mit dieser Herausforderung umzugehen: progressive Verbesserung und elegante Degradierung.

Progressive Verbesserung ist eine Optimierungsstrategie, die mit den Grundlagen beginnt. Die Idee besteht darin, zunächst sicherzustellen, dass eine einfache Basisversion einer Seite in noch älteren, weniger leistungsfähigen Browsern verwendet wird, bevor das Design für die erweiterten Layout-Funktionen moderner Browser berücksichtigt und verbessert wird.

Elegante Degradierung bezieht sich andererseits auf die Strategie, die optimale Version Ihrer Website zuerst mit der Technologie moderner Systeme zu entwerfen und erst dann sicherzustellen, dass die Website auf älteren Systemen „elegant“ in eine weniger leistungsfähige Version umgewandelt wird. Im Wesentlichen bietet es ein gewisses Maß an Benutzererfahrung in modernen Browsern, während sichergestellt wird, dass die Website in älteren Browsern weiterhin Inhalte anzeigt.

Mobile-First vs. Desktop-First

Während ein responsive Design sowohl Desktop- als auch Mobile-Designs berücksichtigen wird, wird die Verwendung von **Mobile zuerst** oft als Best Practice angesehen. Der Grund dafür ist, dass die begrenzte Bildschirmfläche auf einem mobilen Bildschirm eine klare Design-Einschränkung mit sich bringt, die Unternehmen dazu zwingt, von Anfang an schwierige Prioritäten für den Inhalt festzulegen. Allerdings hat die Entwicklung von **Desktop-First** sicherlich auch ihre Vorzüge, solange das Mobile immer noch in Betracht gezogen wird. Oft werden moderne Designer effektiv für die verschiedenen Größen im Tandem entwerfen und jede Design-Wahl in den verschiedenen Kontexten berücksichtigen, um die besten Ergebnisse zu gewährleisten. Im Allgemeinen ist die Wahl des Ansatzes eine persönliche Präferenz und hängt von dem Projekt und dem Anbieter ab, mit dem Sie Ihre responsive Website entwerfen und erstellen.



Letztendlich bedeutet die technische Flexibilität des responsive Webdesigns, dass Benutzer auf jedem Gerät denselben Inhalt konsumieren können, wie es nützlich und möglicherweise für jedes Gerät einzigartig ist. Dies bedeutet jedoch auch, dass es nicht nur an Ihrem technischen Team liegt, sicherzustellen, dass Ihre Website eine außergewöhnlich reaktionsschnelle Erfahrung bietet, die Verantwortung liegt auch bei Ihren Inhaltsautoren.

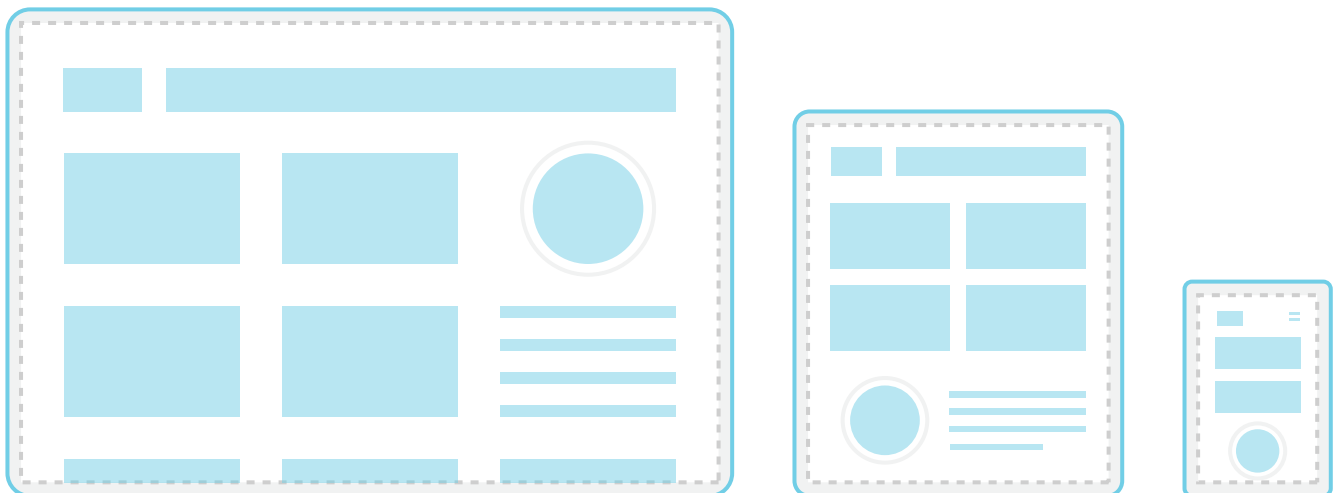
/ Die Rolle des Inhaltsautors im responsive Design

Responsive Webdesign liefert den gleichen Inhalt auf allen Geräten. Dies bedeutet, dass Inhaltsautoren die Stärken und Einschränkungen jedes Geräts kennen müssen. Dies kann bedeuten, dass Tabellen weggelassen werden, Sätze oder Absätze kürzer gehalten und Bilder (groß und klein) für mehrere verschiedene Bildschirmgrößen optimiert werden müssen. Um sicherzustellen, dass die Kopie und der Text des Inhalts flexibel sind, kann das technische Team die Erfahrungen auf verschiedene Geräte zuschneiden.

“ **Wir sollten die Tatsache berücksichtigen, dass das Web nicht die gleichen Einschränkungen hat (wie eine gedruckte Seite), deshalb sollten wir diese gegebene Flexibilität nutzen und dafür entwickeln.** ”

– John Allsopp, „A Dao of Web Design“

Deshalb ist es so wichtig, dass ein integriertes Team an Inhalt und Design arbeitet. Für Unternehmen, die Erfolg haben möchten, ist es wichtig eine gemeinsame Perspektive auf die Strategie und eine Kernaussrichtung auf einen iterativen, agilen Ansatz für responsives Webdesign zu haben.



/ Die Bedeutung eines integrierten Teams

Die Integration Ihrer Inhalte und technischen Teams ist nicht etwas, was Sie nur tun, wenn Sie Ihre responsive Website erstellt haben. Oftmals werden zu Beginn des Prozesses kostspielige Fehler gemacht, wenn Designs entweder ohne ein Gefühl für die Auswirkungen auf die Technologie zusammengestellt werden oder wie die reaktionsfähigen Prinzipien angewendet werden sollen. Wir haben ein paar Punkte aufgelistet, die Ihrem Team dabei helfen sollen das responsive Design in jeder Phase der Seiten-Erstellung an erste Stelle zu setzen.



Discovery Phase

In der Discovery-Phase bestimmen Sie, was Sie haben und was Sie brauchen. Eine gründliche Discovery-Phase ermöglicht es Ihnen Schwachstellen für Ihr Unternehmen und für Ihre Zielgruppen zu identifizieren. Dies ist der Zeitpunkt, um eine Content-Inventur zu planen, die Arten von Geräten zu erforschen (auf denen Ihre Benutzer Screen-Support benötigen), Navigationshierarchien zu verstehen und andere Schlüsselaspekte Ihres Projektplans zu bestimmen.



Inhaltsstrategie

Sobald Sie Ihre Content-Inventur aus der Discovery-Phase entwickelt haben, sollten Sie einen Plan für die Maximierung der Inhaltsnutzung und -platzierung für alle Kanäle und Geräte erstellen. Wie wird Inhalt verwendet? Wie wird es angezeigt? Welche Inhalte müssen noch erstellt werden? Dies sind Fragen, die Sie in der Phase der Content-Strategie stellen sollten.



Visuelles Design

Dies ist die Phase, in der alles visuell zusammenkommt. Während der visuellen Designphase erhält Ihre Seite – wenn Sie möchten - ein ganz neues Aussehen. Hier beginnt das Design für mobile Geräte: Entscheidungen zu adaptive oder responsive Raster werden getroffen und Breakpoints festgelegt. Während dieser Phase ist es hilfreich, einen Brand Guide zu haben und Ihre Inhalte und Ihr Messaging priorisieren zu lassen, um responsive Displays zu erstellen.



Prototyp

Während der Prototyp-Phase nutzen Sie alles, was Sie gelernt haben und beginnen mit dem Aufbau einer Lösung, die reaktionsfähig und einfach zu verwenden ist. Dies ist der beste Zeitpunkt, um Lücken in Ihrer Strategie zu identifizieren, bevor Sie zu einer vollständigen Implementierung übergehen. Es ist wichtig, dass Sie sich die Zeit nehmen, die Inhaltsrichtung während der Prototyp-Phase zu validieren und sicherzustellen, dass Ihre Website so reagiert, dass der wichtigste Inhalt auf wertvolle Weise dargestellt wird.



Entwickeln und Testen

Dies ist eine iterative Phase, in der Ihr Entwicklungsteam (oder das Webentwicklungsunternehmen, mit dem Sie Verträge abgeschlossen haben) Konzepte mithilfe von Best Practices der Branche in die Realität umsetzen wird. Es gibt Entwicklungs- und Testzyklen für Geräte, so dass mögliche Probleme bereits in der Discovery-Phase behoben werden können.

/ Die großen Vorteile des responsiven Aufbaus

Wenn Websites mit nur einer Bildschirmgröße erstellt werden, sind die Ergebnisse nicht schön: im Allgemeinen wird ein völlig separates mobiles Theme implementiert, welches aber schlechte Ergebnisse erzielt.

In Best Practices ist der Designprozess agil, flexibel und kollaborativ: Ein multidisziplinäres Team bedeutet, dass die Seite schön ist und Inhalte genau so dargestellt und ausgeführt werden, wie sie beabsichtigt sind. Der Aufbau von Projekten hält diese im Rahmen des Budgets und auf dem richtigen Weg - das Hinzufügen von Mobilgeräten im Nachhinein führt im Allgemeinen zu Budget- und Bereitstellungsproblemen.

Responsive Design als nachträglichen Einfall (oder es sogar als gegeben) anzusehen und nicht als eine tragende Säule Ihrer Designstrategie wird zweifellos zu einer schlechten Gesamterfahrung Ihrer Website-Besucher führen. Mobile Geräte ins Zentrum Ihrer digitalen Strategie zu rücken und von jedem Team einen Buy-In zu bekommen, bringt eine digitale Plattform von „gut“ bis hin zu „fantastisch“ und wird Sie von der Konkurrenz abheben.

Wenn Sie ein Unternehmen auswählen, das Ihnen beim Erstellen Ihrer Website behilflich ist, wählen Sie eins, das reaktiv und iterativ erstellt. Gerne sind auch wir von FFW für Sie da, um über Ihre Bedürfnisse für responsive Design zu sprechen.

Starten Sie jetzt!

Dieses E-Book kann Ihnen dabei helfen ohne große Kopfschmerzen eine responsive Website aufzubauen. Für weitere Informationen zum Erstellen eines integrierten Teams, zum Entwerfen einer responsiven Website und zum Erstellen von Inhalten (die für Sie geeignet sind), kontaktieren Sie gerne uns. Unser FFW-Team von digitalen Experten hilft Ihnen Ihre Website optimal zu nutzen - unabhängig davon, auf welchem Gerät es angezeigt wird.

Kontaktieren Sie uns