



Webdesign 2013

11.06.2013 von Annette Jaromin

Die wichtigsten Trends des Jahres

Wir befinden uns in der Halbzeit, zumindest was das Jahr 2013 angeht. Deshalb ist es allerhöchste Zeit, die Trends, die sich in diesem Jahr in Sachen Webdesign durchgesetzt haben, festzuhalten. Was wurde 2013 bisher am häufigsten gestaltet und umgesetzt? Wir gewähren euch einen Einblick.

Groß, größer, bildschirmgroß

Ob Header oder Hintergrund: der Fokus im Jahr 2013 liegt eindeutig auf auffälligen, bedeutungsgeladenen Bildern, die den gesamten Bildschirm ausfüllen. Grund für diesen Trend: Bilder wecken Emotionen und sorgen bei richtigem Einsatz für eine hohe Aufmerksamkeit. Die logische Konsequenz ist daher, Grafiken und Fotografien mehr Platz einzuräumen und so auf visueller Ebene den Nerv des Users direkt und ohne große Worte zu treffen. Dies impliziert jedoch auch, dass die Wahl der visuellen Elemente mit Bedacht durchgeführt werden sollte.



Ein weiterer Vorteil der bildschirmgroßen Bilder: es bedarf keiner großen Designarbeit, um die Website regelmäßig zu verändern. Der Bildertausch allein kann bereits eine völlige neue Stimmung des Internetauftritts bewirken. Doch nicht nur Bilder kommen in Übergröße auf der Website zum Einsatz. Damit im Zusammenhang steht auch eine vergrößerte Typografie. Anstatt einen längeren Einstiegstext zu formulieren, beschränkt man sich im Jahr 2013 auf knappe, aussagekräftige Botschaften in großer Schrift, die den Kern der Website sekundenschnell wiedergeben. Neben der Größe wird auch vermehrt auf Individualität geachtet, denn mit einer eigenen Schriftart versuchen sich Unternehmen zunehmend von der Masse abzuheben.

Klein, kleiner, minimalistisch

Ging es nicht gerade noch um Übergröße? Wozu dann von Minimalismus sprechen? Im Gegensatz zu Bildern und der Typografie greift man in Sachen Effekte in diesem Jahr vorerst nicht mehr in die Trickkiste. Stattdessen wird zunehmend auf minimalistisches Design gesetzt. 3D Effekte, Schatten und Farbverläufe weichen demnach einer abgespeckten, flachen Optik. Diese hat die Funktion, das bildschirmfüllende Bild sowie die große Typografie zu unterstreichen. Übergröße und Minimalismus geben sich im Jahr 2013 also die Hand.

Ich beweg' mich nicht vom Fleck

Wer bleibt im Jahr 2013 stur, wenn es um seine Position geht? Die Navigation. Diese bleibt an ihrem festen Platz, auch wenn der User auf der Seite nach unten scrollt. Der Vorteil dieses Gestaltungselements liegt klar auf der Hand. Der Nutzer kann jederzeit zu den Unterseiten navigieren und verweilt insgesamt länger auf der Website. Aber Vorsicht vor zu hohen Erwartungen! Langweilt der Inhalt der Seite, hilft auch nicht das Angebot, sich auf den Unterseiten mehr Informationen einzuholen. Was viele Websites gemeinsam haben, ist das veränderte Aussehen der Navigationsleiste zu Beginn des Scrollvorgangs. Diese wird beim Scrollen kleiner und dünner. Der Fokus bleibt somit weiterhin klar auf dem Inhalt der Website.

Entgegen der weit verbreiteten Konvention einer vertikalen Navigationsleiste befindet sich diese im Jahr 2013 auch vermehrt auf der linken Seite. Diese Entwicklung geht mit der festen Position der Navigation einher.



Das Fitting ist entscheidend

Wie in der Mode passt auch in Sachen Websites nicht jeder Trend zu jedem Internetauftritt. Trends sollten nur als Indikatoren gesehen werden, die Auskunft darüber geben, wo die Reise hingehen kann. Sie sollten aber nicht überbewertet werden. Ein Unternehmen mit mehreren verschiedenartigen Produkten wird möglicherweise Schwierigkeiten haben, alle Informationen in ein Bild sowie eine kurze Botschaft zu packen. Deshalb sollte man im Vorfeld immer genau abwägen, ob sich die Realisierung der Trends für den speziellen Fall lohnt.

Ob diese Trends zu Ihrer Website passen oder nicht? Wir beraten Sie gerne und übernehmen die kreative und technische Umsetzung Ihrer Website. [Hier geht's lang.](#)

Kontakt Daten

Annette Jaromin, Online Marketing
+49 89 7007470-0
info@bergx2.de

Bergx2 GmbH, Adelgundenstr. 7
80538 München, Germany
www.bergx2.de