

## Spezifikation Isola Bella

### 1. Das Projekt im Überblick

#### 1.1 Der Eissalon

Bei „Isola Bella“ handelt es sich um einen Eissalon am Stadtrand von Wien (Großenzersdorf), der seine Kund:innen seit über 30 Jahren mit täglich frisch zubereiteten Eissorten begeistert. Besonderes Augenmerk liegt auf regionalen und qualitativ hochwertigen Zutaten sowie auf außergewöhnlichen saisonalen Eiskreationen wie Mojito, Baklava oder Sachertorte. Der von Betriebswirtin und Chocolatiere Judith Jahoda geführte Eissalon wurde bereits mehrfach als bester Eissalon Niederösterreichs ausgezeichnet und befindet sich zudem seit Jahren immer wieder unter den Top 5 der besten Eissalons österreichweit. Neben dem Lokal mit Innen- und Außenbereich bietet der Eissalon auch diverse Zusatzdienste wie beispielsweise einen Eis-Lieferservice und ein Eisbuffet für Geburtstage und Hochzeiten an.

#### 1.2 Die Ausgangssituation

Der Eissalon Isola Bella betreibt eine Website, die mit dem Website-Builder Jimdo realisiert wurde. Nach einer ausgiebigen Analyse der bestehenden Website wurden jedoch einige Schwächen sowohl beim Design als auch beim Aufbau festgestellt:

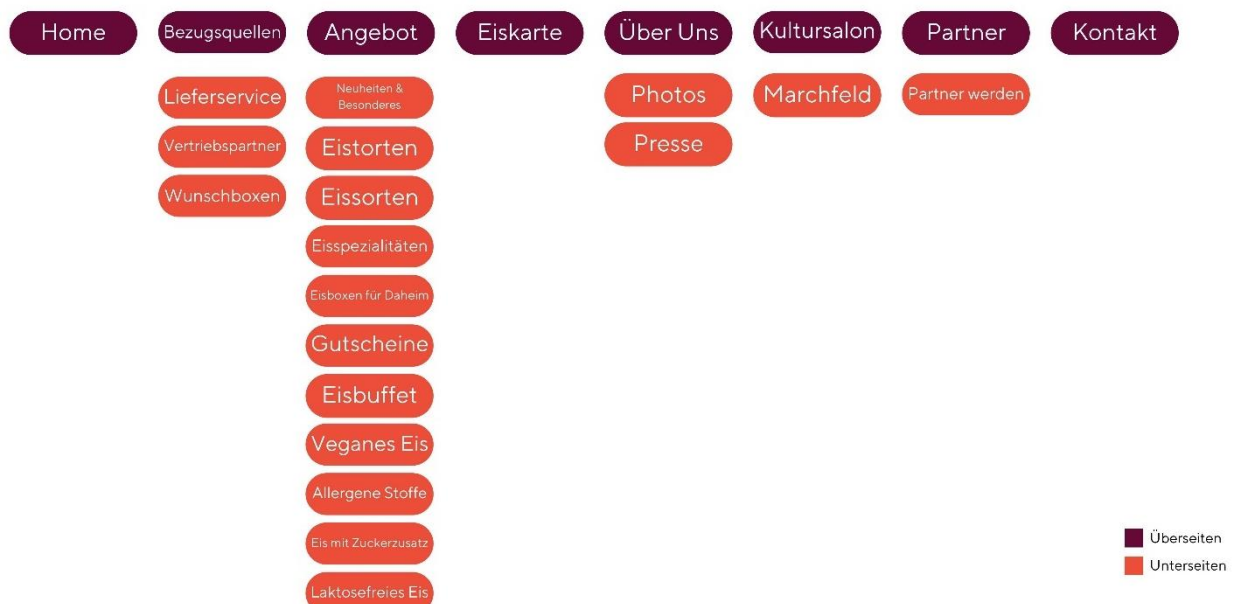
##### Design

- Die Website wirkt sehr veraltet (starker „HTML-Touch“)
- Die Website wirkt sperrig (durch viele „Kastenelemente“)
- Es werden kaum bewusst gesetzte Designelemente (bsp. Buttons) genutzt

##### Aufbau

- Der gesamte Website-Aufbau ist sehr unübersichtlich (bsp. viele Unterseiten)
- Die Navigation im Header-Bereich wirkt nicht schlüssig
- Die Implementierung von multimedialen Inhalten wirkt veraltet
- Die Footer-Navigation ist nicht stimmig

Der untenstehenden Darstellung kann der aktuelle Aufbau der Website entnommen werden:



### 1.3 Das Projektziel

Das Ziel des vorliegenden Projekts ist die Erstellung eines vollumfassenden UI/UX Konzepts (inkl. Prototyp & Testing) einer neuen Website für den Eissalon Isola Bella. Der Fokus liegt dabei in erster Linie darauf ausgehend von den Bedürfnissen der Nutzer:innen ein neues Webdesign sowie einen intuitiven Website-Aufbau sicherzustellen. Weiters sollen neue Buchungstools für den Eis-Lieferservice und das Eisbuffet konzipiert und umgesetzt werden. So soll es für potenzielle Konsument:innen einfacher werden, die Zusatzangebote des Eissalons in Anspruch zu nehmen. Zudem sollen wichtige Informationen wie die Öffnungszeiten und die Übersicht der aktuellen Eissorten präsent platziert und einfach auffindbar sein.

Die Umsetzung des Konzepts erfolgt in Form eines klickbaren Prototyps inklusive diverser neuer interaktiver Komponenten (Menüelemente, Buchungstools, Buttons etc.). Als Nicht-Ziel des Projekts gilt die tatsächliche Programmierung der neuen Isola Bella Website.

## 2. Nutzungskontextbeschreibung (lt. ISO 9241-210:2019)

### 2.1 Benutzergruppenprofile

Bezogen auf die neu zu entwickelnde Website des Eissalons Isola Bella konnten folgende untenstehende Benutzergruppen mit ähnlichen Merkmalen und einem ähnlichen Nutzungskontext identifiziert werden.

#### 2.1.1 Primäre Benutzer

##### **(Potenzielle) Kund:innen des Eissalons**

Zukünftige und bestehende Kund:innen des Eissalons sind auf der Suche nach Genussmomenten durch leckeres und hochwertiges Eis. Sie möchten sich über den Eissalon informieren (Bilder, Öffnungszeiten, Eissorten), einen Tisch reservieren oder eine der beiden Zusatzleistungen (Eis-Lieferservice, Eisbuffet) in Anspruch nehmen. Da alle aufgezählten Aufgaben lediglich „Vorbereitungen“ auf das Ziel des Eisgenusses sind, möchten (potenzielle) Kund:innen diese Aufgaben möglichst schnell und ohne Komplikationen erreichen. Das Vergleichen des Angebots mehrerer Eissalons verstärkt das bestehende Zeitproblem.

Zukünftige und bestehende Kund:innen nutzen die Isola Bella Website mit ihrem Smartphone oder ihrem Laptop. Der Zugriff erfolgt dabei meist nur einmal – in einigen Fällen, wie beispielsweise bei einer erneuten Tischreservierung oder einer Kombination von oben erwähnten Aufgaben, wird die Website auch häufiger besucht.

#### 2.1.2 Sekundäre Benutzer

##### **Administrator:innen und Redakteur:innen**

Die Inhaberin und die Mitarbeiter:innen des Eissalons Isola Bella betreiben die Website und nutzen diese immer dann, wenn Inhalte adaptiert und/oder neu hinzugefügt werden sollen. Im Konkreten halten sie dabei wichtige Informationen wie beispielsweise Öffnungszeiten und Eissorten auf dem aktuellen Stand. Zudem sind Administrator:innen und Redakteur:innen für den Kundensupport zuständig. Das Ziel besteht darin, diese Aufgaben möglichst schnell und

ohne große Hindernisse abzuwickeln, um sich folglich wieder voll und ganz dem Tagesgeschäft widmen zu können.

Administrator:innen und Redakteur:innen nutzen die Isola Bella Website mithilfe ihres Laptops oder ihres Standcomputers. Der Zugriff erfolgt dabei häufig, nämlich immer dann, wenn Änderungen gemacht werden müssen/möchten.

### 2.1.3 Interessensvertretungen

#### **Partner des Eissalons Isola Bella**

Die (Vertriebs-) Partner des Eissalons Isola Bella (bsp. Ögreissler, Waldviertler Bauernmilch, Radio Superfly, Magoschitz, Edlingers, Bauerngreißlerei) möchten auf der Website angemessen repräsentiert werden. Dabei besitzen sie ein großes Interesse daran, dass die Informationen über sie stets auf dem aktuellen Stand gehalten werden. Sofern sich unternehmensbezogene Dinge ändern kontaktieren sie die Administrator:innen bzw. die Redakteur:innen des Eissalons Isola Bella mit der Bitte um Adaptierung der Informationen auf der Website. Dies geschieht eher selten und umfasst meist nur kleine Änderungen.

### 2.1.4 Indirekte Benutzer

#### **Pressevertreter, Auszeichnungsstellen**

Pressevertreter:innen und Auszeichnungsstellen (bsp. NÖN, Falter, Kronen Zeitung, meinbezirk.at, falstaff) erhalten von den Administrator:innen und/oder Redakteur:innen von Isola Bella auf Anfrage diverse Informationen über den Eissalon. Das Ziel der Journalist:innen besteht dabei darin, möglichst prägnante und übersichtliche Informationen zu erhalten, die sie ohne großen Mehraufwand (Recherche, Neu-Formulierung) veröffentlichen können. Die Häufigkeit journalistischer Anfragen kann als eher selten bezeichnet werden – Auszeichnungsstellen wie falstaff benötigen hingegen jährlich neue Informationen (sofern Isola Bella unter die Top 5 Eissalons in Österreich gevoted wird).

### 2.2 Persona

#### **Sarah Leitinger**

**Alter:** 39

**Beruf:** Marketing in einem kleinen Unternehmen

**Familienstand:** Verlobt, zwei kleine Kinder

**Wohnort:** Strandrand von Wien, 22. Bezirk

**Eigenschaften:** einfühlsam, optimistisch, kreativ

**Hobbies:** Tanzen, Familienausflüge planen



---

"Die beiden wichtigsten Dinge in meinem Leben sind für mich meine Familie und mein Beruf – beides unter einen Hut zu bringen ist jedoch nicht immer ganz einfach, doch ich versuche Tag für Tag besser darin zu werden."

**Biografie:** Sarah befindet sich in der Blüte ihres Lebens - sowohl in ihrem Beruf als Marketingmanagerin, als auch in ihrem Privatleben als Mutter von einer zweijährigen und einer dreijährigen Tochter geht sie voll auf. Nachdem die Hochzeit mit ihrem Verlobten Thomas kurz bevor steht ist sie aktuell auf der Suche nach einem passenden Nachtisch für ihre Gäste und hat dabei an ein Eisbuffet gedacht. Da sie durch ihren Alltag ohnehin schon ziemlich im Stress ist wünscht sich Sarah einen möglichst intuitiven und reibungslosen Prozess von der Informationsfindung über die Kontaktaufnahme bis zur Bestellung.

---

**Ziele** auf der Website von Isola Bella:

- Informationen zum Eisbuffet sollen prägnant und übersichtlich sein
- Kontaktmöglichkeiten sollen intuitiv genutzt werden können (klickbar)
- Produkt/Dienstleistung soll hochgradig personalisierbar sein (Buchungstool)
- Bei Buchung Erhalt von Bestätigungsemail mit allen anfallenden Kosten

**Probleme** auf der Website von Isola Bella:

- Nicht genügend Personalisierungsmöglichkeiten des Eisbuffets
  - Ungenaue Auflistung der Kosten in Bestätigungsemail
- 

**Gründe**, warum sich Sarah für **Isola Bella** entscheidet:

- Übersichtliche und passgenaue Informationen
  - Kompetente und nette Beratung via Telefon/E-Mail
  - Viele Personalisierungsmöglichkeiten und funktionales Buchungstool
  - Verlass auf schlüssige Auflistung aller Kosten
- 

Bevorzugte **Informations- und Kommunikationskanäle**:

- Chrome (Laptop)
  - Safari (Mobile)
  - Telefon
  - E-Mail
  - Social Media (Facebook & Instagram)
- 

**Marken**, die Sarah liebt:

- Adobe
- Disney
- Toyota
- Nivea
- WWF

### 2.3 Ist-Szenario

*Das Ist-Szenario zeigt beispielhaft eine Situation auf, in der sich Nutzer:innen der Isola Bella Website befinden können. Es dient dazu die Motive und Probleme der User:innen besser zu verstehen und anhand einer Geschichte aufzuzeigen.*

#### Vor der Beauftragung/Bestellung des Eisbuffets

Sarah Leitinger (39) genießt gemeinsam mit ihren beiden Töchtern und ihrem Verlobten das junge Familienleben am Stadtrand von Wien. Neben ihrer tollen Familie liebt Sarah auch ihren Job als Marketingmanagerin in einem kleinen Unternehmen. Sofern ihr in ihrem fordernden Alltag Zeit übrig bleibt geht sie gerne tanzen, plant Familienausflüge oder trifft sich mit Freundinnen auf einen Café.

Nachdem Sarah vor einiger Zeit einen Heiratsantrag von ihrem Verlobten Thomas bekommen hat und die Hochzeit kurz bevorsteht, ist sie aktuell jedoch ziemlich im Stress. Neben ihrem Vollzeitjob und den Bedürfnissen ihrer Kinder muss sie nun auch noch die Hochzeitsplanung bewerkstelligen. Das Catering für die Hochzeit ist bereits bestellt, allerdings beinhaltet dieses nur Vor- und Hauptspeise. Demnach ist Sarah momentan auf der Suche nach einem passenden Nachtisch für ihre Gäste.

Da die Feier an einem warmen Sommertag stattfinden soll, hat sie an ein leckeres Eisbuffet gedacht. Um einen ersten Eindruck dafür zu bekommen, welche Eissalons diese Dienstleistung anbieten, schnappt sich Sarah ihren Laptop und startet eine Google-Suche.

Aufgrund ihres aktuellen Zeitdrucks möchte sie auf den Websites möglichst schnell und übersichtlich über das jeweilige Angebot informiert werden. Zudem wünscht sie sich eine möglichst unkomplizierte Kontaktaufnahme sowie eine problemlose Bestellung des Produkts bzw. Beauftragung der Dienstleistung. Weiters sind für Sarah umfassende Personalisierungsmöglichkeiten von großer Bedeutung, da sie die Lieblings-Eissorten ihrer Gäste kennt und deren Vorlieben treffen möchte. Zuletzt benötigt sie eine übersichtliche Auflistung aller anfallenden Kosten, damit sie diese in die Kostenrechnung der Hochzeit mitaufnehmen kann.

Im Laufe ihrer Recherche muss Sarah feststellen, dass ihre Anforderungen von vielen Websites nicht erfüllt werden. Die meisten Websites sind veraltet und unübersichtlich und besitzen zudem kein intuitives Bestellsystem. Darüber hinaus werden oft nur vorgefertigte Eisbuffets mit wenigen bis keinen Personalisierungsmöglichkeiten angeboten.

Nach einiger Zeit stößt Sarah dann auf die Website vom Eissalon Isola Bella. Sie ist direkt überzeugt und beginnt freudig die Website zu erkunden.

#### Nach der Beauftragung/Bestellung des Eisbuffets

Sarah hat ihre Hochzeit erfolgreich über die Bühne gebracht und ist mit dem Produkt und der Dienstleistung des Eisbuffets von Isola Bella voll und ganz zufrieden. Sie plant von nun an häufiger gemeinsam mit ihrer Familie im Eissalon vorbeizuschauen und vor Ort den einen oder anderen leckeren Eisbecher zu verspeisen. Um stets über die Öffnungszeiten und neuen Eiskreationen informiert zu sein besucht sie zudem immer wieder die Website von Isola Bella.

## 2.4 Aufgabenmodell

Das Aufgabenmodell beschreibt die Teilaufgaben innerhalb eines Kernziels, die ausgeführt werden müssen, um die Ziele der Benutzer:innen zu erreichen.



Im vorliegenden Aufgabenmodell besteht das User-Goal darin, das Eisbuffet von Isola Bella für eine anstehende Hochzeit zu bestellen. Dieses Kernziel konnte in vier Teilaufgaben, inklusive Unteraufgaben, gegliedert werden.

Zunächst möchten die User:innen Informationen über das Angebot einholen und starten dafür eine intensive Recherche auf der Website des Eissalons. Nachdem sie die für sie relevanten Informationen erlangt haben, suchen sie nach externen Erfahrungsberichten im Netz.

Sofern die User:innen vom Angebot überzeugt sind möchten sie Kontakt mit den Betreiber:innen des Eissalons aufnehmen, um eine individuelle Beratung zu erhalten. Dafür durchforsten sie zunächst die Homepage nach Kontaktmöglichkeiten und rufen folglich entweder per Telefon im Eissalon an oder verfassen eine entsprechende E-Mail. Gegebenenfalls erwarten die User:innen hier bereits einen Kostenvoranschlag des Angebots.

Im dritten Schritt nutzen die User:innen das interaktive Buchungstool um das Eisbuffet zu bestellen. Dafür tragen sie Personenanzahl, Datum und Uhrzeit sowie ihre präferierten Eissorten und (optional) eine Nachricht in das Tool ein und klicken auf „bestellen“.

Nach der Bestellung erhalten die User:innen eine Bestätigungsemail mit allen anfallenden Kosten. Falls weitere Fragen bestehen, erfolgt eventuell eine erneute Kontaktaufnahme.

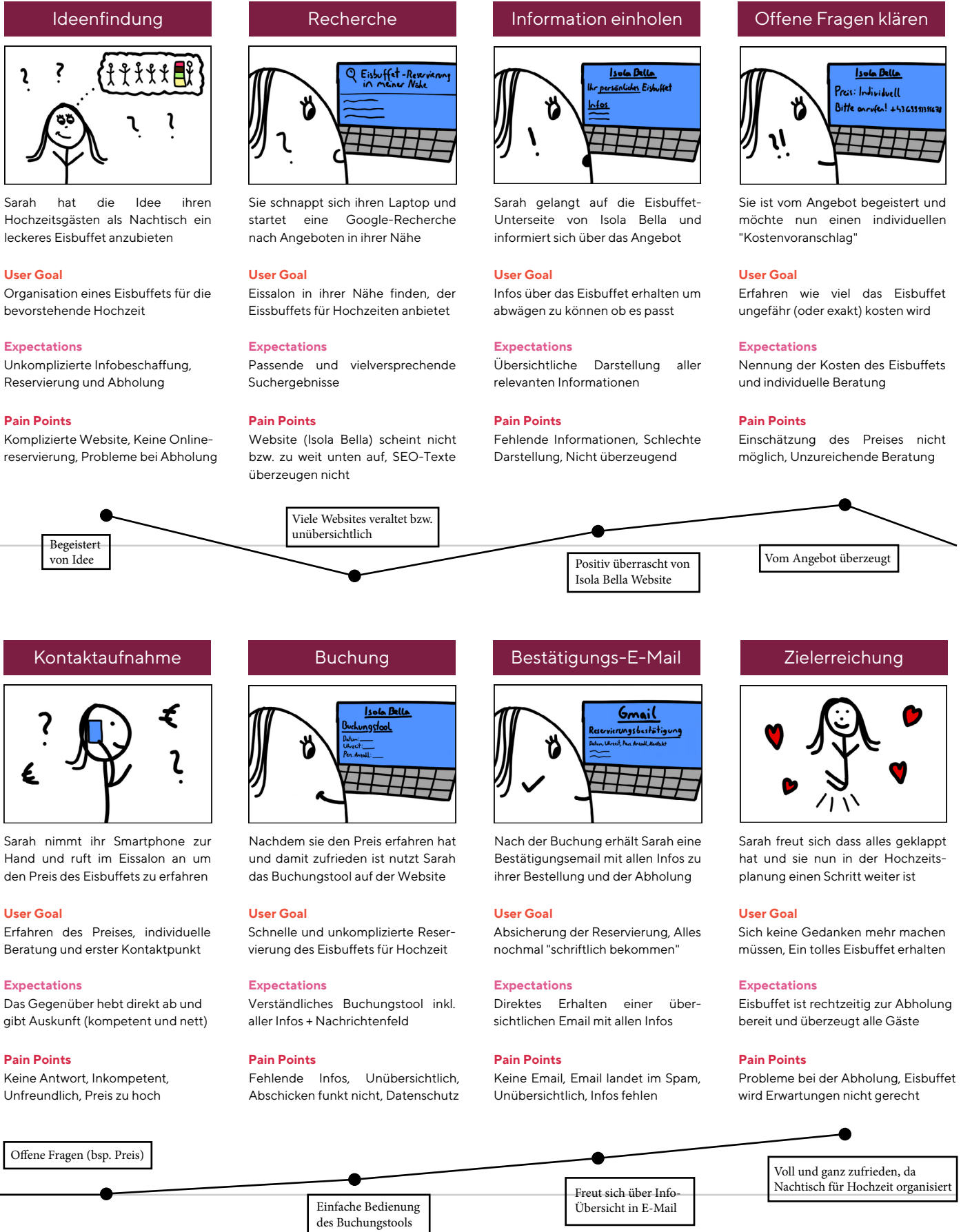


## Szenario

Sarah möchte ihren Hochzeitsgästen ein Eisbuffet anbieten und dieses bei einem Eissalon (vor-)bestellen.

## Ziele & Erwartungen

- Übersichtliche Informationen
- Intuitive Kontaktmöglichkeiten
- Hochgradige Personalisierung
- Bestätigungsemail mit Kosten



### 3. Nutzungsanforderungen (lt. ISO 9241-210:2019)

Die vorliegenden User-Stories beschreiben die Nutzungsanforderungen an die Website und beantworten somit die Frage, was das zukünftige System können muss. Sie wurden aus den zuvor identifizierten Nutzungskontextbeschreibungen (Benutzergruppenprofile, Persona, Ist-Szenario, Aufgabenmodell, User-Journey-Map) abgeleitet und aus Sicht der Benutzergruppen definiert.

Die User-Stories wurden hierbei in drei Kategorien gegliedert:

- +++ must have – diese Funktion ist für den Launch unbedingt notwendig
- ++ nice to have – es wäre gut diese Funktion zu haben, sie ist aber nicht erfolgsentscheidend
- + cherry on top – diese Funktion ist nicht unbedingt notwendig und kann dem System zu einem späteren Zeitpunkt hinzugefügt werden

Neben den Grundfunktionen jeder Benutzergruppe wurden die User-Stories zudem einige Male in Epics unterteilt. Dies sind konkrete User-Flows bzw. Ziele, die bestimmte User auf der Website erreichen möchten.

#### 3.1 Anforderungen (Potenzielle) Kund:innen des Eissalons (User)

##### Grundfunktionen

U01 / +++ / Betriebssystem, Browser & Gerät

Als User erwarte ich, dass die Isola Bella Website auf verschiedenen Betriebssystemen und Browsern sowie auf unterschiedlichen Geräten (Desktop, Tablet, Smartphone) problemlos funktioniert, damit ich stets ein positives Nutzungserlebnis habe.

U02 / +++ / Sicherheit & SSL-Zertifikat

Als User erwarte ich, dass die Isola Bella Website sicher ist, indem die Dateübertragung zwischen Browser und Server verschlüsselt wird, damit meine Daten geschützt sind.

U03 / +++ / Impressum

Als User erwarte ich eine korrekte Angabe aller Unternehmensinformationen, damit ich weiß, wer für die Inhalte der Website verantwortlich ist.

U04 / +++ / Datenschutzerklärung

Als User erwarte ich mir eine übersichtliche und verständliche Datenschutzerklärung, damit ich darüber informiert werde, welche personenbezogenen Daten gespeichert werden.

U05 / +++ / Suche via Google

Als User möchte ich die Isola Bella Website möglichst schnell via Google-Suche finden, um meinem Ziel nachgehen zu können.



U06 / ++/ Informationen über Eissalon einholen

Als User möchte ich mich darüber informieren, wer den Eissalon führt und welche Werte das Unternehmen vertritt, um herauszufinden, ob mir dieses zusagt.

U07 / ++ / Kontakt & Support

Als User möchte ich wissen wie ich verantwortliche Personen per Telefon und/oder E-Mail erreichen kann, um etwaige Anfragen zu stellen bzw. Fragen zu klären.

U08 / ++ / Social Media

Als User möchte ich wissen, wo ich abseits der Website über Unternehmens-News bzw. Angebote informiert werde, damit ich immer am aktuellen Stand bleibe.

### Epic 01: Eisbuffet für Event buchen

U09 / +++ / Informationen einholen

Als User möchte ich übersichtliche und verständliche Informationen zum Eisbuffet vorfinden, um abwägen zu können, ob sich das Produkt bzw. die Dienstleistung für mein Event eignet.

U10 / +++ / Buchungstool Funktion

Als User möchte ich das interaktive Eisbuffet-Buchungstool auf der Website nutzen, um möglichst schnell und unkompliziert meine Bestellung in Auftrag zu geben.

U11 / ++ / Buchungstool Personalisierung

Als User erwarte ich im Rahmen der Eisbuffet-Bestellung weitreichende Personalisierungsmöglichkeiten, um das Produkt bzw. die Dienstleistung auf meine Vorlieben anzupassen.

U12 / ++ / Bestätigungs-E-Mail

Als User möchte ich eine übersichtliche Bestätigungsemail erhalten, in der alle Informationen bezüglich der Bestellung des Eisbuffets schriftlich festgehalten sind.

### Epic 02: Eistorte für Event bestellen

U13 / +++ / Informationen einholen > siehe Epic 01

U14 / +++ / Buchungstool Funktion > siehe Epic 01

U15 / ++ / Buchungstool Personalisierung > siehe Epic 01

U16 / ++ / Bestätigungs-E-Mail > siehe Epic 01

### Epic 03: Vor-Ort Besuch des Eissalons

U17 / +++ / Öffnungszeiten

Als User möchte ich erfahren, wann der Eissalon geöffnet hat, um meinen Besuch zu planen.

U18 / +++ / Präsentation des Angebots

Als User erwarte ich eine übersichtliche Auflistung aller Eissorten, Eisbecher und Getränke, damit ich mich bereits vor dem Besuch über das Angebot informieren kann.

U19 / ++ / Reservierung eines Tisches

Als User möchte ich im Eissalon anrufen können, um einen Tisch zu reservieren.

#### Epic 04: Nutzung des Eis-Lieferservices

U20 / +++ / Informationen einholen

Als User möchte ich mich über den Eis-Lieferservice von Isola Bella (via Ögreissler) informieren, um entscheiden zu können, ob ich das Angebot nutzen kann bzw. möchte.

U21 / +++ / Weiterleitung Ögreissler

Als User möchte ich bei Interesse am Eis-Lieferservice an Ögreissler (Kooperationspartner) weitergeleitet werden, um dort meine Bestellung zu tätigen.

#### Epic 05: Lieferanten & Vertriebspartner identifizieren

U22 / ++ / Informationen einholen

Als User möchte ich mich über die Lieferanten und Betriebspartner von Isola Bella informieren, um mich von der Qualität ihrer Produkte zu überzeugen.

U23 / + / Weiterleitung auf externe Websites

Als User möchte ich auf die Websites der Lieferanten und Betriebspartner des Eissalons weitergeleitet werden, um mich über dessen Unternehmen zu informieren.

#### Epic 06: Gemeinnütziges Angebot des Kultursalons erkunden

*Info: Der Eissalon Isola Bella setzt sich mit dem Verein „MACHBARSCHAFT“ für mehr Lebensqualität und kulturelle Vielfalt am Stadtrand ein.*

U24 / ++ / Informationen einholen

Als User möchte ich wissen, wofür der Verein „Machbarschaft“ steht und welche Events geplant sind, um abwägen zu können, ob ich mithelfen möchte.

U25 / + / Weiterleitung auf externe Website

Als User möchte ich auf die Website des Vereins „Machbarschaft“ weitergeleitet werden, um mich dort genauer über die Hintergründe und Events des Vereins zu informieren.

### 3.2 Anforderungen Administrator:innen und Redakteur:innen

A01 / +++ / Rechte verwalten

Als Administrator:in möchte ich die Rechte aller Personen verwalten, die intern auf die Website zugreifen, um mich vor unabsichtlichen oder absichtlichen Schäden zu schützen.

A02 / +++ / Website verwalten

Als Administrator:in kann ich die Website verwalten, indem ich eigenständig Backups und Updates mache, um stets bestmöglich vor Sicherheitslücken geschützt zu sein.

A03 / ++ / Statistik

Als Administrator:in kann ich mir Nutzungsstatistiken der Website ansehen, damit ich das Angebot des Eissalons noch besser auf meine Zielgruppe abstimmen kann.

R01 / +++ / Neue Inhalte hinzufügen

Als Redakteur:in kann ich Seiten und Inhaltselemente anlegen, um die Website mit neuen Informationen zu befüllen.

R02 / +++ / Verschiedene Content-Elemente hinzufügen

Als Redakteur:in kann ich verschiedene Arten von Content (Texte, Bilder, Videos, Infografiken, Audiofiles, PDF-Files etc.) hochladen, um diese auf der Website zu integrieren.

R03 / +++ / Bestehende Inhalte anpassen

Als Redakteur:in kann ich bestehende Inhalte adaptieren, um die Informationen auf der Website stets auf dem aktuellen Stand zu halten.

R04 / +++ / Inhalte löschen

Als Redakteur:in kann ich Seiten bzw. Inhalte löschen, da sie vom Unternehmen nicht mehr benötigt werden bzw. überflüssig geworden sind.

### 3.3 Anforderungen Partner des Eissalons Isola Bella

P01 / +++ / Angemessene Repräsentation

Als Partner von Isola Bella erwarte ich mir, auf der Website angemessen repräsentiert zu werden, damit ich mein gutes Image aufrechterhalten kann.

P02 / ++ / Direkter Draht zu Redakteur:innen

Als Partner von Isola Bella erwarte ich mir einen direkten Draht zu den Redakteur:innen des Eissalons, damit diese im Falle von Änderungen die Website schnellstmöglich anpassen.

P03 / + / Verlinkung auf eigene Website

Als Partner wünsche ich mir eine direkte Verlinkung auf meine Website, damit ich die Kund:innen von Isola Bella ggf. auch zu meinen Kund:innen machen kann.

### 3.4 Anforderungen Pressevertreter und Auszeichnungsstellen

PR01 / ++ / Übersichtliche Informationen

Als Pressevertreter:in bzw. Mitarbeiter:in einer Auszeichnungsstelle möchte ich auf der Website übersichtliche Informationen vorfinden, die ich zu einem Artikel verarbeiten kann.

PR02 / ++ / Direkter Draht zu Redakteur:innen

Als Pressevertreter:in bzw. Mitarbeiter:in einer Auszeichnungsstelle erwarte ich mir einen direkten Draht zu den Redakteur:innen des Eissalons, um schnell Informationen zu erhalten.

### 3.5 Technische Anforderungen an das CMS & Anforderungen laut ISO-Norm und W3C

Folglich werden alle Anforderungen aufgezählt, die an das Content-Management-System der zukünftigen Isola Bella Website gestellt werden. Diese umfassen einerseits Anforderungen, die auf Wunsch des Kunden entstanden sind und andererseits Anforderungen, die durch Richtlinien vorgegeben sind.

- Das CMS sollte eine Open-Source-Lösung sein, für die keine Lizenzgebühren anfallen
- Inhalte und Layout/Design müssen getrennt voneinander bearbeitet werden können
- Das CMS muss die aktuelle PHP-Version (Current Stable: 8.2.6) verwenden
- Die Inhalte müssen in einer SQL-Datenbank gespeichert werden
- Das CMS muss barrierefreien HTML5-Code nach W3C-Anforderungen ausgeben
- Das CMS muss allen Anforderungen an die Barrierefreiheit laut ISO 9241-110, ISO 9241-171, ISO-9241-20 und ISO-9241-210 gerecht werden:
  - Eignung für eine möglichst breit gefächerte Nutzung
  - Gleichberechtigte Nutzung
  - Robustheit
  - Angemessenheit für Benutzeraufgaben
  - Selbstbeschreibungsfähigkeit
  - Erwartungskonformität
  - Erlernbarkeit
  - Steuerbarkeit
  - Robustheit gegenüber Benutzungsfehlern
  - Benutzerbindung
- Das CMS muss suchmaschinenfreundliche URLs erzeugen
- Die Datei- und Verzeichnisverwaltung müssen über das Backend möglich sein
- Das CMS muss über eine intuitive Update-Funktion verfügen, damit es stets bestmöglich vor Sicherheitslücken geschützt ist
- Das CMS muss über eine Backup-Funktion verfügen, um im Falle eines Hacker-Angriffes auf vorherige Versionen der Website zurückgreifen zu können
- Folgende Content-Typen müssen dargestellt werden können: Text, Bild, Video
- Im Backend muss eine Unterscheidung zwischen Administrator:innen und Redakteur:innen (+Rechteverwaltung) möglich sein
- Die Veröffentlichung von Inhalten muss manuell oder zeitgesteuert möglich sein
- Das CMS muss über einen einfach zu bedienenden Text-Editor verfügen

*Hinweis: Weitere technische Anforderungen sind den zuvor angeführten Nutzungsanforderungen der jeweiligen Benutzergruppen (S. 8-11) zu entnehmen.*

### 3.6 Gebrauchstauglichkeitsanforderungen und organisatorische Anforderungen

Da eine Ausformulierung dieser Anforderungen den Rahmen der vorliegenden Spezifikation übersteigen würde soll lediglich darauf hingewiesen werden, dass die formulierten Epics und User-Flows im Rahmen des Testings (S. 16 f.) möglichst schnell (Zeit) und in möglichst vielen Fällen (mindestens 90%) erreicht werden müssen, damit der Launch durchgeführt wird.

## 4. Gestaltlösung (lt. ISO 9241-210:2019)

Nachdem die Nutzungsanforderungen definiert wurden, konnte mit der Konzeption einer Gestaltlösung der neuen Isola Bella Website begonnen werden. Dafür wurde zunächst ein Card Sorting, eine Sitemap und ein User-Flow erstellt. Im nächsten Schritt wurde die neue Website in Form eines ersten Low-Fi Prototypen konzipiert. Nach dem Testen dieses Prototyps wurde schließlich ein Hi-Fi Prototyp der Isola Bella Website gestaltet. Aufgrund des beschränkten Umfangs der vorliegenden Spezifizierung ist jedoch anzumerken, dass auf den folgenden Seiten lediglich einige Einblicke in den Entstehungsprozess gegeben werden können.

### 4.1 Card Sorting

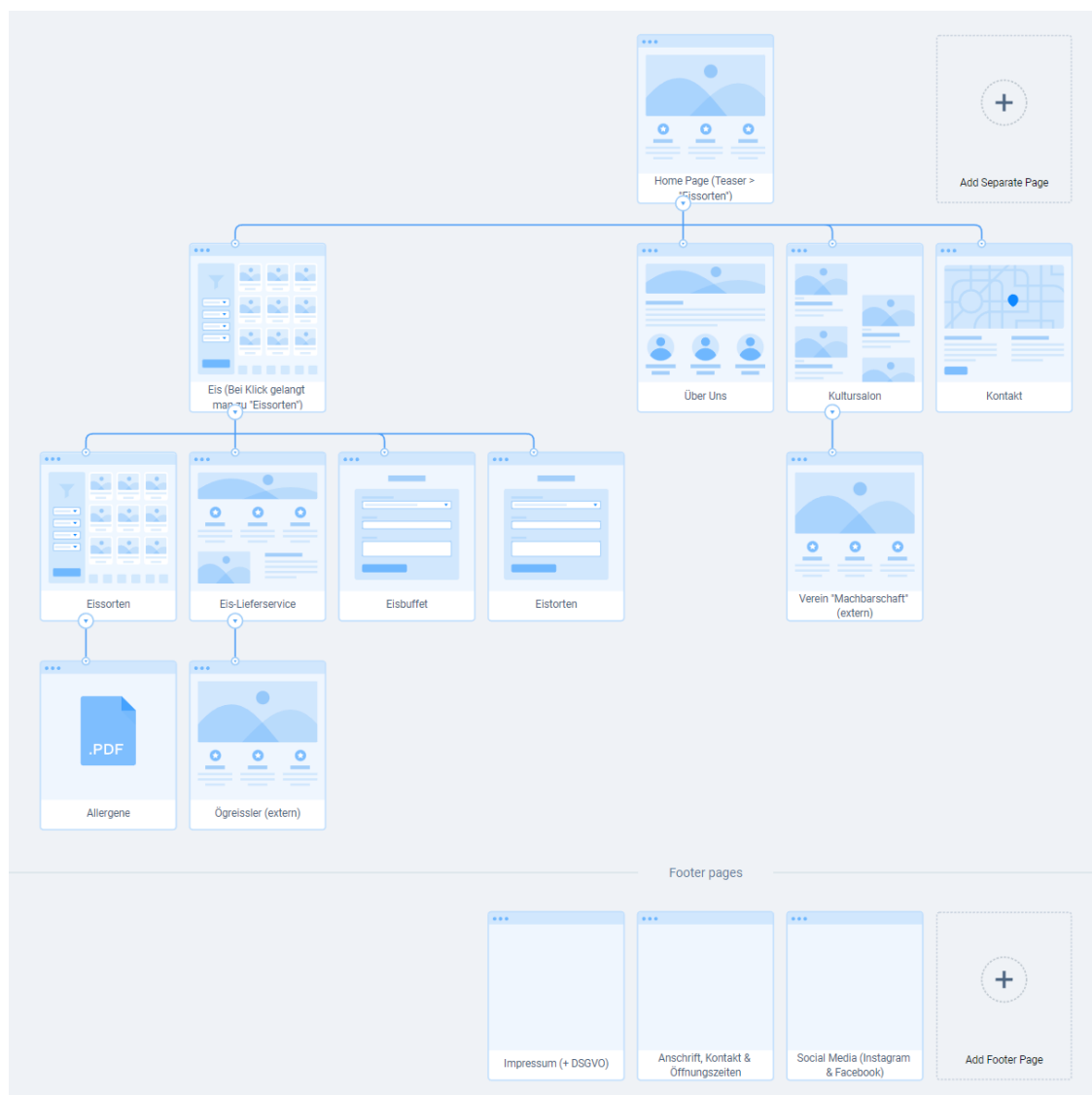
Die untenstehenden Liste ist ein Ergebnis eines Card Sortings, bei dem definiert wurde, wie die zukünftige Isola Bella Website aufgebaut sein soll:

- **Startseite**
  - News/Aktuelle Informationen + Öffnungszeiten
  - Bildslider (Fotos des Eissalons und des Teams)
  - Teaser zu den Eissorten + Button zur Eissorten-Seite
  
- **Eis**
  - Eissorten
    - Informationen zum Eis (regional, frisch etc.)
    - Darstellung aller Eissorten (inkl. Kennzeichnung vegan, laktosefrei, mit Zuckerersatz)
    - Button zu den Allergenen (PDF)
    - Informationen zu Partnern
    - Informationen zu Geschenkgutscheinen
  
  - Eis-Lieferservice
    - Informationen zur Lieferung und zu Partner (Ögreissler)
    - Interaktive Karte des Liefergebiets
    - Bestell-Button mit Verlinkung zu Partner (Ögreissler)
  
  - Eisbuffet
    - Informationen zu Eisbuffet
    - Kontaktmöglichkeiten
    - Interaktives Buchungstool zum Bestellen des Eisbuffets
  
  - Eistorten
    - Information zu Eistorten
    - Kontaktmöglichkeiten
    - Interaktives Buchungstool zum Bestellen einer Eistorte
  
  - Über Uns
    - Information über den Eissalon, Geschichte, Offene Jobs, Bildslider

- Kultursalon
  - Informationen zum Verein Machbarschaft + Bildslider & Verlinkung
  - Informationen zur Schule der Neugier + Bildslider & Verlinkung
  - Informationen zum Hofkino + Bildslider & Verlinkung
  
- Kontakt
  - Adresse und Kontaktdaten (E-Mail, Telefonnummer)
  - Interaktive Karte mit Standort des Eissalons
  - Öffnungszeiten
  - Anfahrt
  - Kontaktanfrage-Formular
  
- Footer
  - Impressum & DSGVO
  - Anschrift, Kontakt, Öffnungszeiten
  - Social Media Verlinkung (Instagram & Facebook)

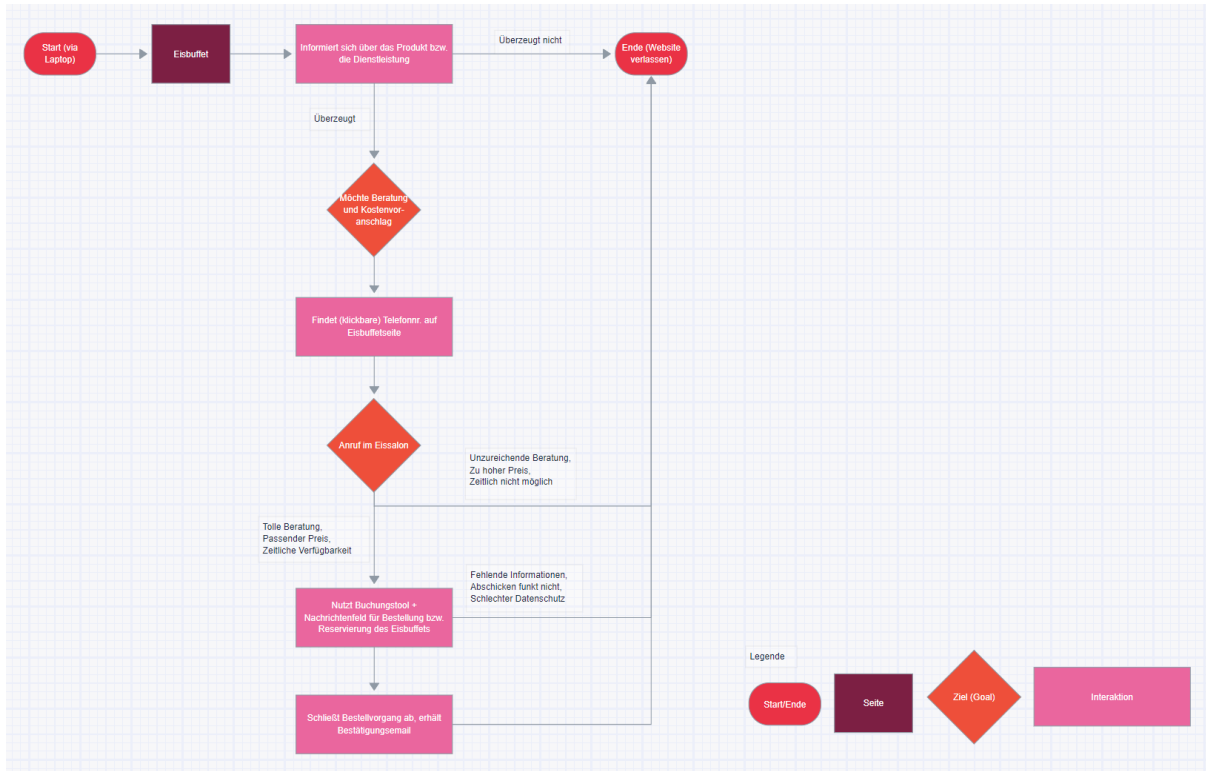
## 4.2 Sitemap

Die untenstehende Sitemap zeigt den Aufbau der neuen Isola Bella Website.



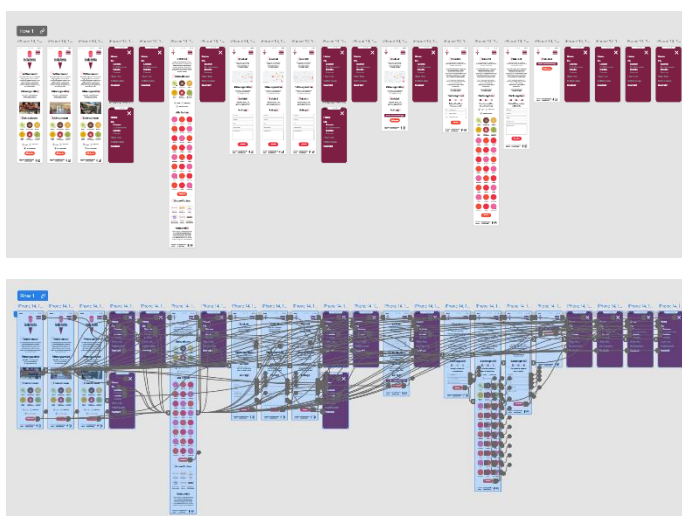
### 4.3 User-Flow

Der folgende User-Flow zeigt ein mögliches Nutzerverhalten auf der Website. Er wurde anhand der zuvor definierten Persona (Sarah Leitinger) und ihrer User-Journey-Map erstellt.

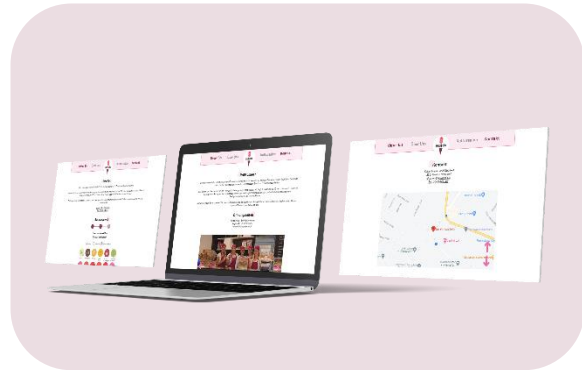
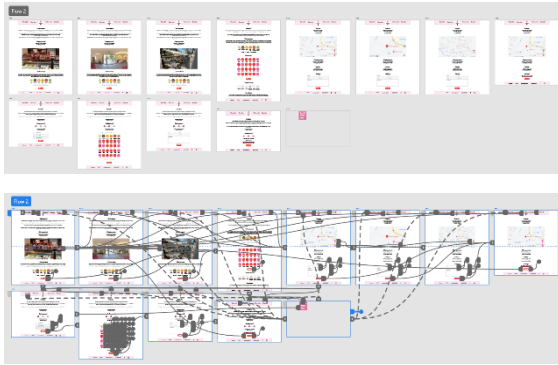


### 4.4 Hi-Fi Prototyp

Im finalen Schritt der Gestaltlösung wurde ein Hi-Fi Prototyp der neuen Website sowohl für Mobile als auch für Desktop erstellt. Besonderer Fokus lag dabei darauf, den Use Case der entworfenen Persona vollständig abzubilden (Buchung des Eisbuffets für Hochzeit).



Link zum interaktiven Hi-Fi Prototypen (Mobile): <https://xd.adobe.com/view/9306790a-2b91-4401-b0b0-5f56141f874f-c655/?fullscreen>



Link zum interaktiven Hi-Fi Prototypen (Desktop): <https://xd.adobe.com/view/ce4024b0-21d1-44aa-94ab-1b2de048608a-9b13/?fullscreen>

## 5. Test-Plan für die Gestaltlösung

*Um zu testen, ob das neue System (Gestaltlösung) die definierten Nutzungsanforderungen erfüllt, muss eine Testung durchgeführt werden. Das Ergebnis dieses Vorgangs ist ein Usability-Evaluierungsbericht, der angibt, ob die Gestaltlösung bereit zum Launch ist oder noch weiter verbessert werden muss.*

Im folgenden Kapitel soll erläutert werden, wie das neue System getestet werden könnte und welche Methode(n) sich dafür eignen würden. Die tatsächliche Durchführung des Tests ist kein Teil der vorliegenden Spezifikation – sie kann jedoch zu einem späteren Zeitpunkt erfolgen.

### 5.1 Methode(n)

Um die vorliegenden HiFi-Prototypen (Mobile und Desktop) zu testen, soll eine Kombination aus einem Usability-Test (Thinking Aloud) und einer nachgestellten User-Befragung in Form eines System Usability Scales (SUS-Fragebogen) durchgeführt werden. Folgend soll zunächst erläutert werden, warum sich für diese Methoden entschieden wurde. Anschließend soll aufgezeigt werden, wie sie funktionieren und in welcher Art und Weise (Vorgang, Setting etc.) sie zum Einsatz kommen würden.

### 5.2 Usability Test – Thinking Aloud

Im Usability Test kann herausgefunden werden, wie Nutzer:innen tatsächlich mit dem entstandenen Produkt (Prototyp) umgehen. Dabei können mögliche Hindernisse oder Probleme effektiv identifiziert und anschließend im Hinblick auf das Nutzererlebnis optimiert werden. Usability Tests können zu jedem Zeitpunkt eines UX-Development-Prozesses stattfinden, im vorliegenden Fall dient das Testing der Weiterentwicklung der neuen Isola-Bella Website für Mobil- und Desktopgeräte.

Da das Ziel der definierten Zielgruppe darin liegt, möglichst schnell und unkompliziert an Informationen rund um den Eissalon und das Eisbuffet zu gelangen, sowie dieses in Folge zu personalisieren und zu buchen, ist es von großer Bedeutung im Rahmen des Testings „in die Köpfe“ der User:innen zu sehen. Es soll demnach herausgefunden werden, inwiefern User:innen mit der Bedienbarkeit der Website zufrieden sind, wofür sich die „Thinking Aloud“



Methode optimal eignet. Dabei werden User:innen gebeten das System zu nutzen und dabei kontinuierlich ihre entstehenden Gedanken laut auszusprechen. Während des Testings wird ihr Verhalten von einem oder zwei Forscher:innen beobachtet, die sich Notizen zu ihren Aussagen und ihrer Stimmung/Laune machen. Der große Vorteil der „Thinking Aloud“ Methode besteht darin, zu erfahren, was User:innen wirklich über das System denken. Die Forscher:innen erfahren vor allem, was die User:innen falsch verstehen, was meist in umsetzbaren Empfehlungen für die Um-/Neugestaltung gipfelt. Darüber hinaus erfährt man meist ziemlich schnell warum die User:innen einige Teile der Benutzeroberfläche als benutzerunfreundlich einschätzen und kann davon Verbesserungen ableiten.

Für die Testung der beiden Prototypen sollen Personen eingeladen werden, die dem Nutzerprofil der Isola Bella Website entsprechen (siehe Benutzergruppenprofile). Anschließend sollen diese in einem Usability-Labor bei typischen Nutzungsszenarien (Epics, User-Stories und User-Flows) und der Erledigung möglicher Aufgaben im Zusammenhang mit der Website ihre Gedanken schildern. Zusätzlich werden sie von Forscher:innen beobachtet und hinsichtlich der Usability befragt (Interviewleitfaden). Ein/e weitere Forscher:in begleitet das Testing aus einem separaten Raum (Einwegspiegel), von dem aus er/sie das Verhalten der User:innen analysieren und sich dazu Notizen machen kann. Sofern der/die User:in einwilligt wird das Testing zusätzlich mit einer Videokamera aufgezeichnet. Aus den Ergebnissen können schließlich wertvolle Erkenntnisse zur Weiterentwicklung des Systems gewonnen werden.

Um Fehler möglichst zu vermeiden, sollen folglich einige Herausforderungen von „Thinking Aloud“ Tests beleuchtet werden. Erstmal ist es von größter Wichtigkeit, die Testpersonen dazu zu bewegen, ihre Gedanken und Eindrücke tatsächlich spontan zu äußern. Für viele User:innen ist dies ungewohnt, da man im Grunde über einen längeren Zeitraum hinweg „Selbstgespräche“ führt. Eine weitere potenzielle Problematik besteht darin, dass die Testpersonen schlichtweg darauf vergessen „laut zu denken“, da sie sich zu sehr auf die Ausführung der Aufgabe(n) konzentrieren. Hier liegt es an dem/der verantwortlichen Forscher:in einzuschreiten und die User:innen entsprechend auf die Situation hinzuweisen.

### 5.3 User-Befragung (System Usability Scale; SUS)

In einer User-Befragung bzw. einem Fragebogen können quantitative Werte zur Nutzung des interaktiven Systems erhoben werden. Im Falle des System Usability Scales (SUS-Fragebogen) wird der Gesamteindruck der Anwendung im Hinblick auf die Benutzerfreundlichkeit von jedem/jeder einzelnen User:in bewertet. Somit kann folglich ein Durchschnittswert der User-Zufriedenheit mit dem System ermittelt werden.

Die Auswahl des SUS-Fragebogens, in Kombination mit der „Thinking Aloud“ Methode, ergibt sich daraus, dass somit sowohl qualitative als auch quantitative Einblicke in das User-Erlebnis gewonnen werden können. Während sich der Usability-Test also zunächst sehr spezifisch mit der Analyse spezifischer Nutzerszenarien in Form von Epics, User-Stories und User-Flows beschäftigt, liefert die User-Befragung einen überblicksmäßigen Gesamteindruck des interaktiven Systems. Somit erhält man ein umfassendes Bild der beiden Prototypen und kann gegebenenfalls sowohl an einzelnen Szenarien als auch am Gesamtaufbau des Systems nachjustieren. Hinzu kommt, dass die eingeladenen Personen ohnehin bereits das System

getestet haben – ein zusätzliches Ausfüllen des SUS-Fragebogens macht also für sie einerseits Sinn und ergibt zudem keinen großen Mehraufwand.

Der Durchlauf des Test-Plans sieht so aus, dass die User:innen nach der Durchführung der „Thinking Aloud“ Methode den Fragebogen erhalten und diesen ausfüllen. Dabei geben sie ihre Zustimmung zu zehn Aussagen auf einer Skala von 0 bis 4 (0=stimme überhaupt nicht zu; 4=stimme voll zu):

1. Ich denke, dass ich das System gerne häufig benutzen würde.
2. Ich fand das System unnötig komplex.
3. Ich fand das System einfach zu benutzen.
4. Ich glaube, ich würde die Hilfe einer technisch versierten Person benötigen, um das System benutzen zu können.
5. Ich fand, die verschiedenen Funktionen in diesem System waren gut integriert.
6. Ich denke, das System enthielt zu viele Inkonsistenzen.
7. Ich kann mir vorstellen, dass die meisten Menschen den Umgang mit diesem System sehr schnell lernen.
8. Ich fand das System sehr umständlich zu nutzen.
9. Ich fühlte mich bei der Benutzung des Systems sehr sicher.
10. Ich musste eine Menge lernen, bevor ich anfangen konnte das System zu verwenden.

Für die Auswertung wird der negativsten Antwort eine 0 und der positivsten eine 4 zugeordnet. Die negativ formulierten Antworten werden mit 0 bis -4 codiert. Nachdem die Werte ermittelt wurden, addiert man diese. Auf diese Weise erhält die Testperson eine Zahl zwischen 0 und 40. Diese Zahl wiederum wird mit 2,5 multipliziert und ergibt letztlich den SUS-Score. Dieser liegt zwischen 0 und 100 (0=schlechtestes Ergebnis, 100=bestes Ergebnis). Hat ein System 100 Punkte erreicht, ist es perfekt. Bei Werten bis 70 Punkten spricht man von einer guten Usability, bei weniger als 50 Punkten von starken Mängeln hinsichtlich der Usability.

Die Vorteile des SUS-Fragebogens bestehen darin, dass er nur eine kurze Bearbeitungszeit benötigt, kostengünstig ist und ein einfach zu interpretierendes Ergebnis (Gesamteindruck) liefert. Der größte Nachteil ist, dass keine genauen Hinweise zu Schwächen des Systems herausgelesen werden können – allerdings wird hierfür der vorrangige Usability-Test durchgeführt.

## 6. Conclusio

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass durch die vorliegende Spezifikation ein Fundament für die neue Website des Isola Bella Eissalons geschaffen wurde. Die erstellten Prototypen können nach einer ausführlichen Testung (siehe Kapitel 5) und Optimierung sowohl für Mobilgeräte als auch für Laptops und PCs zum Einsatz kommen. Mindestens genauso wichtig wie die Planung und der Launch des interaktiven Systems ist jedoch dessen kontinuierliche Evaluierung. Es muss sich also laufend gefragt werden wie effektiv das System funktioniert und ob die User:innen mit ihrem Benutzererlebnis zufrieden sind. Um dies herauszufinden können beispielsweise Web-Analytics oder Heatmaps herangezogen werden.

## 7. Anhang

### 7.1 Usability Test – Thinking Aloud (Beispiel anhand Epic 01)

## **Usability-Test Website – Testskript**

Im Folgenden finden Sie einen Gesprächsleitfaden für den Test. Dieses Blatt ist für Sie als Testbetreuer gedacht. Tragen Sie in die Felder unter der Aufgabenstellung Ihre Beobachtungen ein.

Site, Version: Isola Bella, V1

Testperson: \_\_\_\_\_

Alter, Beruf: \_\_\_\_\_

Erfahrung: \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_

Uhrzeit: \_\_\_\_\_

Testbetreuer: Oliver Königstedt

### **Einführung**

Dauer & Ablauf (Diesen Bereich lesen Sie der Testperson vor):

„Diese Sitzung **dauert etwa 30 Minuten**. Dabei werde ich Sie bitten, ein paar Aufgaben zu bearbeiten. Danach stelle ich Ihnen einige Fragen, um Ihre Meinung zu erfahren, und um zu verstehen, wie Sie vorgegangen sind.“

„Wir testen die Anwendung und wie gut diese ist. **Sie können gar nichts falsch machen** – wenn Sie auf ein Problem stoßen, ist das für uns sehr interessant, und wir können die Anwendung dann verbessern.“

„Sie können jederzeit **unbesorgt Ihre Meinung äußern**. Meine Aufgabe ist es, Feedback aufzunehmen und weiterzugeben. Positive und negative Anmerkungen von Ihnen sind für uns gleich interessant.“

„Ganz wichtig: Uns interessiert sehr, **was Sie denken**, während Sie mit der Site arbeiten. Nur so kann ich verstehen, warum Sie tun, was Sie tun. Bevor Sie also klicken, sagen Sie mir bitte jeweils zuerst, was Sie vorhaben. Und sagen Sie mir, was Sie erwarten, dass passiert.“

„Zum Beispiel so: Wenn ich das Menü ansehe, dann würde ich auf „Startseite“ klicken. Ich würde erwarten, dass ich dann zur Startseite komme.“

„Ich werde Sie nun bitten, ein paar Dinge mit der Anwendung zu tun. Machen Sie das genau so, wie Sie das auch tun würden, wenn ich nicht dabei wäre.“

Sie können mich jederzeit nach etwas fragen. Manchmal werde ich aber nicht antworten, weil mich interessiert, ob die Site es ermöglicht, dass man manche Dinge ohne Hilfe dort tun kann.

Haben Sie noch Fragen? Dann stellen Sie sie mir jetzt gern.“

to do: Aufzeichnung von Bild & Ton starten

Vorbereitung (Aufwärm-Frage)

„Bitte erzählen Sie mir in zwei, drei Sätzen, von ihrer letzten Online-Bestellung eines Produkts bzw. ihrer letzten Online-Beauftragung eines Services/einer Dienstleistung“

Dann:

**Aufgabe 1**

*Am besten geben Sie der Testperson möglichst realistische Aufgaben. Hier ein paar Beispiele:*

„Stellen Sie sich vor sie planen gerade ein größeres Event wie beispielsweise ihre eigene Hochzeit. Auf der Suche nach einem passenden Nachtisch für Ihre Gäste haben sie aufgrund der warmen Jahreszeit die Idee, ein Eisbuffet bei einem lokalen Eissalon zu bestellen. Nach einer kurzen Internet-Recherche stoßen sie auf die vorliegende Website. Dort möchten Sie sich zunächst über das Angebot des Eissalons informieren und anschließend eine Anfrage für das Eisbuffet für den Tag der Hochzeit stellen. Gehen sie nun so vor, wie Sie es auch außerhalb dieses Tests tun würden.“

**to do: Startseite öffnen**

Aufgabe endet, wenn TN eine Anfrage fürs Eisbuffet gestellt hat oder sagt, er würde jetzt aufhören.

Retrospektives Interview Aufgabe

**to do: zurück zu leerem Browserfenster**

„Wie fanden Sie diese Aufgabe? Auf einer Skala von 1 bis 7, wobei 1 sehr schwer bedeutet, 7 sehr einfach.“

Sehr schwer							Sehr einfach
1	2	3	4	5	6	7	

*Nach der letzten Aufgabe sagen Sie:*

„Vielen Dank schon mal.“

„Gibt es noch etwas, was Ihnen aufgefallen ist und was Sie mir sagen wollen?“

**to do: Bild- und Tonaufzeichnung beenden und speichern**

Danksagung > Verabschiedung

**to do:**

Vorbereitung der nächsten Sitzung:

Browser zurücksetzen auf Startseite, Browser-Cache leeren, Einverständniserklärung, Stift und Papier bereitlegen, Beobachtungsbogen vorbereiten für Protokollierung

7.2 User-Befragung - System Usability Scale (SUS-Fragebogen)

Bitte beurteilen Sie auf der folgenden Skala, inwieweit Sie den Aussagen zustimmen.

	lehne völlig ab					stimme völlig zu
1. Ich denke, ich würde die Website/ App regelmäßig nutzen.	0	1	2	3	4	
2. Die Website/ App erscheint mir unnötig kompliziert.	0	1	2	3	4	
3. Ich finde, die Website/ App ist einfach zu benutzen.	0	1	2	3	4	
4. Ich denke, ich bräuchte technische Unterstützung um die Website/ App nutzen zu können.	0	1	2	3	4	
5. Ich finde, dass die verschiedenen Funktionen der Website/ App gut integriert sind.	0	1	2	3	4	
6. Die Website/ App erscheint mir zu uneinheitlich.	0	1	2	3	4	
7. Ich glaube, dass die meisten Leute die Benutzung der Website/ App schnell erlernen können.	0	1	2	3	4	
8. Die Website/ App erscheint mir sehr umständlich zu benutzen.	0	1	2	3	4	
9. Ich fühle mich bei der Benutzung der Website/ App sehr sicher.	0	1	2	3	4	
10. Ich musste einiges lernen, um mit der Website/ App zurecht zu kommen.	0	1	2	3	4	

→ Auswertung siehe S.18