



2023

Oliver Königstedt



UI/UX

Redesign der Website

Inhaltsverzeichnis

01

Understand the business

- Content Audit
- Competitor Audit
- Produktanalyse
- Value Proposition
- Secondary Research



Content Audit

Eissalon Isola Bella

- **Gründung:** Vor über 30 Jahren
- **Inhaberin:** Judith Jahoda - Betriebswirtin und Chocolatiere
- **Ort:** Großenzersdorf, Niederösterreich
- **Lokal:** Eisdiele mit zugehörigem Innen- und Außenbereich
- **Qualität:** Täglich frisch und nur aus ausgesuchten Naturprodukten. Keine Geschmacksverstärker und Farbstoffe.
- **Auszeichnungen:** Mehrfach bester Eissalon Niederösterreichs & Mehrfach Top 5 österreichweit
- **Spezialität:** Immer neue außergewöhnliche Eiskreationen wie Mojito, Baklava oder Sachertorte



Content Audit

Erster Eindruck

Website: www.isolabella.at

Design

- Stark veraltet - "HTML"-Touch
- Wirkt sperrig - viele Kastenelemente
- Kaum bewusst gesetzte Designelemente

Aufbau

- Sehr unübersichtlich - viele Unterseiten
- Unschöne Implementierung von multimedialen Inhalten
- Verwirrende Navigation im Footer

[HOME](#) [BEZUGSQUELLEN](#) [ANGEBOT](#) [EISKARTE](#) [ÜBER UNS](#) [KULTURSALON](#) [PARTNER](#) [KONTAKT](#)

Seit 2016 unter Österreichs beliebtesten Eissalons

isolabella
Schmeck' die Sonne im Eis

Wir öffnen wieder am
16. März 2023
vorerst täglich von 10.00 bis 20.00
ab 26. März bis 22.00



+++ Wir starten am 16. März in die Eissaison 2023 +++



[facebook/eissalonisolabella](#)

[instagram/isolabellaeis](#)

Essen ist ein Bedürfnis, genießen
aber ist eine Kunst!

*François VI. Duc de La
Rochefoucauld*

[Eistorten](#)

[Eisboxen für Daheim](#)

[Eisbuffet zur
Selbstabholung](#)

[Gutscheine](#)

[Partner werden](#)

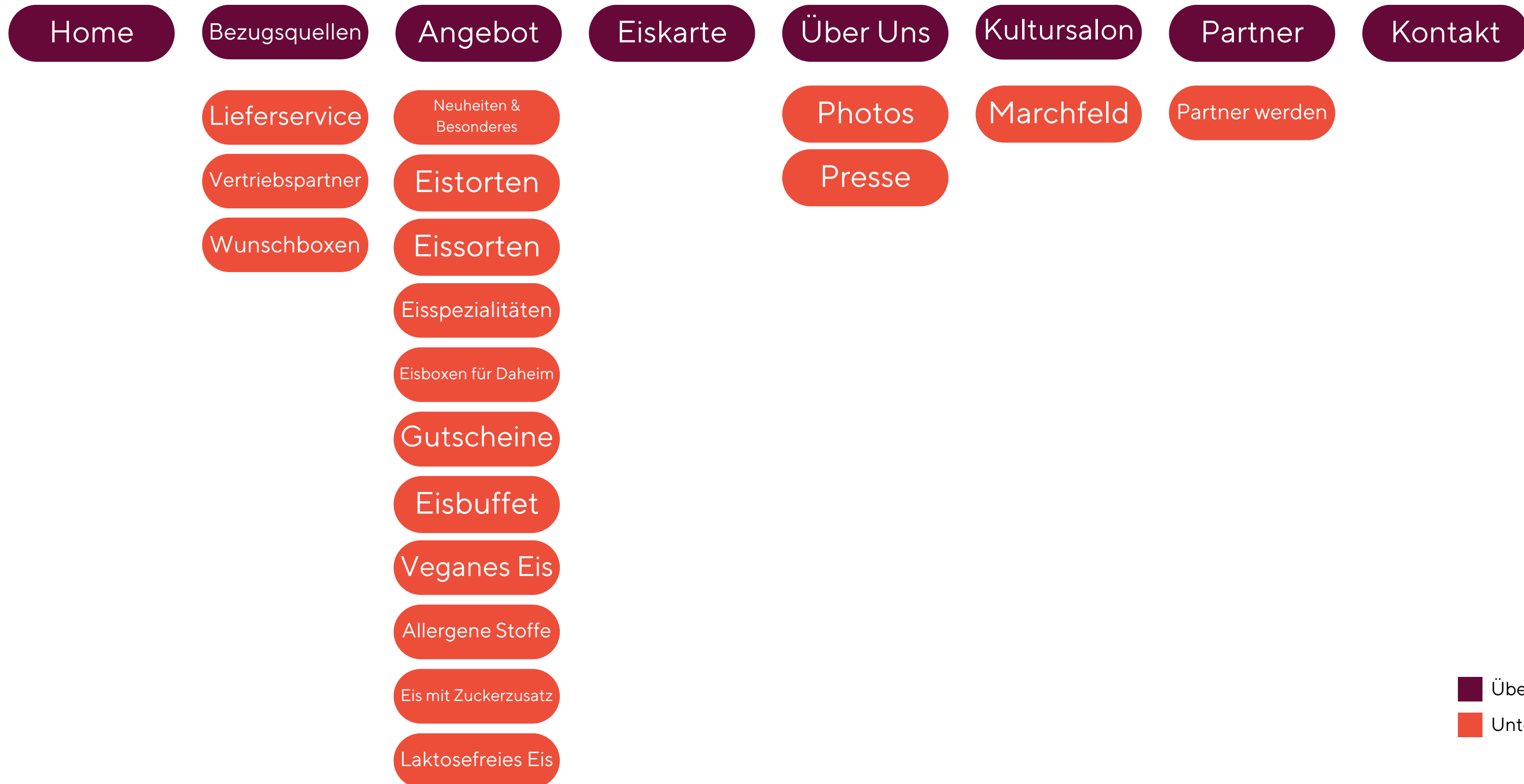
Kaiser Franz Josef Str.4
2301 Groß-Enzersdorf
eissalon@isolabella.at
Telefon 0660-1241417
TÄGLICH von 10.00 bis 22.00 Uhr
(Mitte März - Ende September) geöffnet



¹ inkl. MwSt.

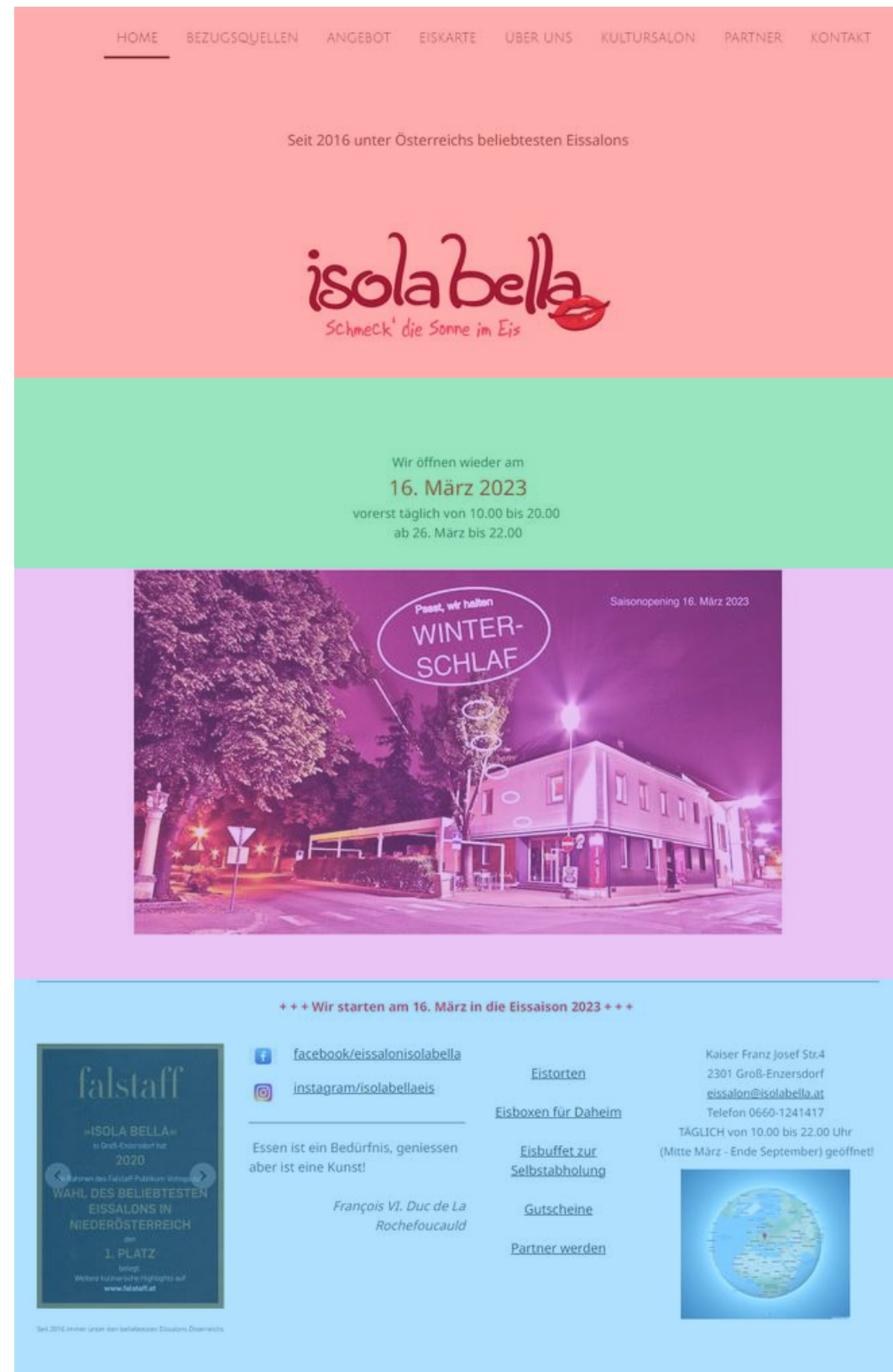
[Impressum](#) | [Cookie-Richtlinie](#)
© Eissalon Isola Bella 2021

Website-Aufbau



■ Überseiten
■ Unterseiten

Startseite



Header mit einer Vielzahl an Unterseiten (fixiert)

Information zu Auszeichnungen (fixiert)

Logo mit Slogan (fixiert)

Information über den Saisonstart + Öffnungszeiten

Abbildung der Filiale im "Winterschlaf"

Footer mit Zertifikaten, Social Media Links, Zitaten, Verlinkungen zu Unterseiten, Kontakt-details und einer Google Maps Integration (fixiert)

- Header Elemente
- Verlinkungen
- Textelemente
- Medieninhalte
- Footer Elemente

Lieferservice

HOME BEZUGSQUELLEN ANGEBOT EISKARTE ÜBER UNS KULTURSALON PARTNER KONTAKT

Seit 2016 unter Österreichs beliebtesten Eissalons

isolabella
Schmeck' die Sonne im Eis

Bezugsquellen Lieferservice

Lieferservice

Ögreissler

Bestellbar ab 16. März und Ende September 2023

BITTE BEACHTEN:

1. Liefertag **Freitags** (Saisonal abhängig weitere Tage möglich)
2. Liefergebiet **Groß-Enzersdorf** inkl. Katastralgemeinden plus **Wien** und Nord- sowie Östliches **Umland**
3. Fragen bzgl. Lieferung ausschließlich an **Ögreissler**.
4. **Eissorten bei der Bestellung angeben** nicht vergessen, das spart uns wertvolle Zeit!
5. Es gibt **KEINE** Sammelpass-Picker!!

Eis bestellen

Liefergebiet

Ögreissler Liefergebiet für Isola Bella Eis 2022

+++ Wir starten am 16. März in die Eissaison 2023 +++

facebook/eissalonisolabella
instagram/isolabellaeis

Essen ist ein Bedürfnis, geniessen aber ist eine Kunst!

François VI. Duc de La Rochefoucauld

Eisstorten
Eisboxen für Daheim
Eisbuffet zur Selbstabholung
Gutscheine
Partner werden

Kaiser Franz Josef Str.4
2301 Groß-Enzersdorf
eissalon@isolabella.at
Telefon 0660-1241417
TÄGLICH von 10.00 bis 22.00 Uhr
(Mitte März - Ende September) geöffnet!

Seit 2016 immer unter den beliebtesten Eissalons Österreichs

- Header mit einer Vielzahl an Unterseiten (fixiert)
- Information zu Auszeichnungen (fixiert)
- Logo mit Slogan (fixiert)
- Verlinkungen zur Über- und zu selben Seite (Fehler)
- Überschrift der Seite
- Logo des Vertriebspartners

- Information über die Lieferung
- Call to Action - Link zur Partnerwebsite
- Google Maps Bild vom Liefergebiet (keine Integration!)

- Footer mit Zertifikaten, Social Media Links, Zitaten, Verlinkungen zu Unterseiten, Kontakt-details und einer Google Maps Integration (fixiert)

- Header Elemente
- Verlinkungen
- Textelemente
- Medieninhalte
- Footer Elemente

Wunschbox

Header

Eisboxen für daheim
WUNSCHBOXEN zur Abholung vorbestellen

Zwischen Mitte März und Ende September
Täglich bis 19.00 Uhr Wunsch-Eisboxen hier vorbestellen und
am nächsten Tag während der Öffnungszeiten abholen.

Alle **Click & Collect** Kunden können **DIREKT ins Geschäft** kommen und brauchen sich **nicht anzustellen**.
Aber **ACHTUNG**, es kann **NUR die bestellte Ware** abgeholt werden. Keine zusätzlichen Bestellungen vor Ort!

Bestellformular für Wunsch-Eisbox - Selbstabholung bei Isola Bella direkt

Vor- u. Nachname *

E-Mail *

Telefon *

Abholtag & -zeit
bestätigen * am Folgetag zw. 10.00-20.00, wenn Bestellung VOR 19.00 getätigt

0,5 l Box - 5 Eissorten - für ca. 2-3 Pax - € 8,50

1,0 l Box - 6 Eissorten - für ca. 4-6 Pax - € 16,-

1,5 l Box - 7 Eissorten - für 7-8 Personen - € 23,-

2,0 l Box - 8 Eissorten - für 8-10 Personen - € 30,-

Wunsch-Eissorten wählen (alle mit * markierten Sorten sind VEGAN)

Ananas* Apfel* Banane Bianco Cioç Butterkeks Bueno-Creme Erdbeer* Fiocco Haselnuss Heidelbeer* Himbeer* Honigmelone* Joghurt Kaffee Karamel Kiwi* Kokos Malaga Mandel Mango* Maracuja* Maroni Marille* Mozart Nocciolone Nutella Oberskirsch Oreo Pistazien Reismilch-Haselnuss* Reismilch-Kokos* dunkle Schokolade* Schokolade Stracciatella Tiramisu Topfen Vanille Zimt Zitrone*

Erdbeermark (100g) € 2,20

Schokosauce (100g) € 2,20

Nougatsauce (100g) € 3,40

Waffel klein € 1,50

Waffel Familienpackung € 2,90

Hohlhippen klein € 1,50

Hohlhippen Familienpackung € 3,20

Knirpse (20Stück) € 1,60

Eistüte leer € 0,25

Zuckerbecher € 0,30

Schoko-Reistüte € 0,55

Nachricht

Bitte Endsumme bestellter Waren notieren und möglichst genau mitbringen, Danke!

Bitte den Code eingeben

Es gilt unsere [Datenschutzerklärung](#)

Bestellen

Hinweis: Bitte die mit * gekennzeichneten Felder ausfüllen.

Alle Preise inkl. 19% MwSt. Stand 2022. Fehler und Änderungen vorbehalten

Alle **Click & Collect** Kunden können **DIREKT ins Geschäft** kommen und brauchen sich **nicht anzustellen**.
Aber **ACHTUNG**, es kann **NUR die bestellte Ware** abgeholt werden. Keine zusätzlichen Bestellungen vor Ort!

f t i n

Footer

Überschrift der Seite

Information zur Wunschbox

Bestellformular für die Wunschbox inklusive optionaler Nachricht und "Bestellen"-Button (Starker "HTML-Touch", veraltet)

Wiederholung der Information zur Wunschbox

Link zu Social Media mit "voreingestelltem" Post

Header Elemente

Verlinkungen

Textelemente

Medieninhalte

Footer Elemente

Angebot / Eissorten

Header

The screenshot shows a website header for 'Angebot / Eissorten'. The header consists of two green bars. The top bar contains the text 'UNSER SORTIMENT'. The second bar contains the text 'Über 40 (!) verschiedene Eissorten werden für Sie TÄGLICH FRISCH nach EIGENER Rezeptur zubereitet!'. Below the header is a grid of images showing various ice cream flavors, with a purple border around the images. To the right of the images is a list of ice cream flavors, divided into two columns: 'Eissorten MIT Milch' and 'Eissorten OHNE Milch'. The list includes flavors like schokolade, mozart, banane, haselnuss, malaga, schoko-orange, kaffee, topfen, vanille, fiocco, joghurt, kokos, straciatella, nocciolone, amarena, karamel, harlekin, zimt, rum-trüffel, pistazien, tiramisu, mandel, butterkeks, bianco-cioc, mohn, nougat, wiener-küsschen, oberskirsch, mizzy-minze, nutella, amaretto-orange, mojito, himbeer, heidelbeer, campari-orange, maracuja, marille, zitrone, honigmelone, ananas, zwetschke, apfel, erdbeere, mango, icebull, kiwi, cassis, and zitrone-basilikum. Below the list is a note: 'Unsere Fruchtsorten sind ALLE VEGAN. Das waren sie übrigens schon immer ;-) Darüber hinaus gibt es aber tagesaktuell auch noch andere vegane Sorten in unserer Vitrine!'.

Footer

Überschrift der Seite

Informationen zu den Eissorten

Bild von ausgewählten Eissorten (abgeschnitten)

Liste aller Eissorten mit und ohne Milch + Information über vegane Eissorten

Hinweis: Im Rahmen des Redesigns der Website soll eine neue Eissorten-Seite entstehen, bei der die gezeigte Seite überarbeitet und mit vielen weiteren Unterseiten vereint wird (Spezialitäten, Torten, Eisbuffet, Veganes Eis, Eis mit Zuckerzusatz, Laktosefreies Eis, Allergene Stoffe, Eiskarte)

- Header Elemente
- Verlinkungen
- Textelemente
- Medieninhalte
- Footer Elemente

Kultursalon

Header

The screenshot shows the website layout. At the top is a green header with the title 'Der Marchfelder Kult(ur)EisSalon'. Below it is a text block with the subtitle 'Eissalon und Kultursalon' and a paragraph about the organization's mission. This is followed by a list of activities: 'Schule der Neugier', 'SUBURBINALE Filmfestival', and 'Hofkino'. Below the text are three main content blocks: 1) A yellow block for 'SUBURBINALE' film festival with a photo of chairs in a field. 2) A purple block for 'Schule der Neugier' with a photo of children. 3) A yellow block for 'SOMMERKINO MARCHFELD 2023' with a photo of an outdoor cinema. At the bottom is a purple footer with logos for 'Schule der Neugier', 'HOFKINO', and 'Suburbinale', and a final green footer with a short paragraph about the association's goals.

Footer

- Überschrift der Seite
- Informationen über den Kultursalon (Filmfestival, Schule der Neugier, Hofkino)
- Verlinkung zur Website des Sommerkinos
- Informationen über das Filmfestival
- Informationen über die Schule der Neugier + Verlinkung
- Fotogalerie der Schule der Neugier
- Verlinkung zur Website des Sommerkinos
- Informationen über das Sommerkino + Verlinkung
- Weitere Bildergalerien zu den Projekten
- Informationen über den Verein Machbarschaft

- Header Elemente
- Verlinkungen
- Textelemente
- Medieninhalte
- Footer Elemente

Content Audit

Takeaways

- **Layout:** "HTML-Touch", veraltet
- **Struktur:** Textlastig & unübersichtlich + zu viele Unterseiten + Riesiger Header und Footer auf jeder Seite
- **Inhalt:** Unklare Verteilung des Inhalts + Wiederholungen + Sehr viel Inhalt für einen Eissalon
- **Fehler:** Teils Programmierfehler bzw. verwirrende und überschüssige Verlinkungen, inkorrekte Einbettungen
- **Navigation:** Keine logische Navigation

Competitor Audit

Trento Bortolotti

Inhalte und Funktionalitäten

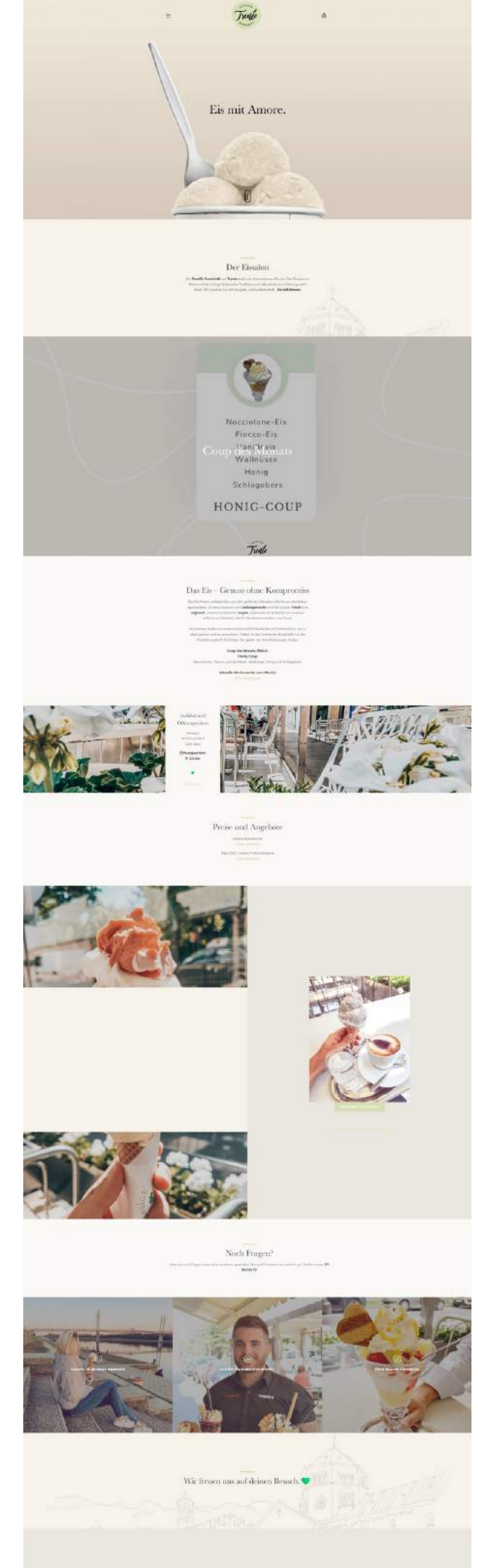
- Information über den Eissalon (+Geschichte)
- Öffnungszeiten und Kontaktmöglichkeiten
- Angebot in Form von PDFs (Eiskarte, Speisekarte, Frühstückskarte)

Zielgruppe(n)

- Etwas älter als bei Isola Bella - 30 bis 60 Jahre
- Eher traditionell als modern
- Authentizität und Kundenfreundlichkeit

User Experience

- Übersichtlich und verständlich (Onepager) (+)
- Website ist responsive (+)
- Karten verlinken auf Dropbox (-)



Competitor Audit

Tichy

Inhalte und Funktionalitäten

- "Eischronik" (Geschichte) des Eissalons
- Öffnungszeiten, Kontaktmöglichkeiten und Standort
- Angebot auf Website (+PDF) und Onlineshop

Zielgruppe(n)

- Ältere Zielgruppe 35-80 Jahre
- Eher starr als offen (für Neues)
- Tradition und Qualität

User Experience

- Übersichtlich und verständlich (Onepager + Onlineshop) (+)
- Website ist responsive (+)
- Teilweise Dopplungen von Inhalten im PDF und auf Website (bsp. Eissorten) (-)



Competitor Audit



Eis-Greissler

Inhalte und Funktionalitäten

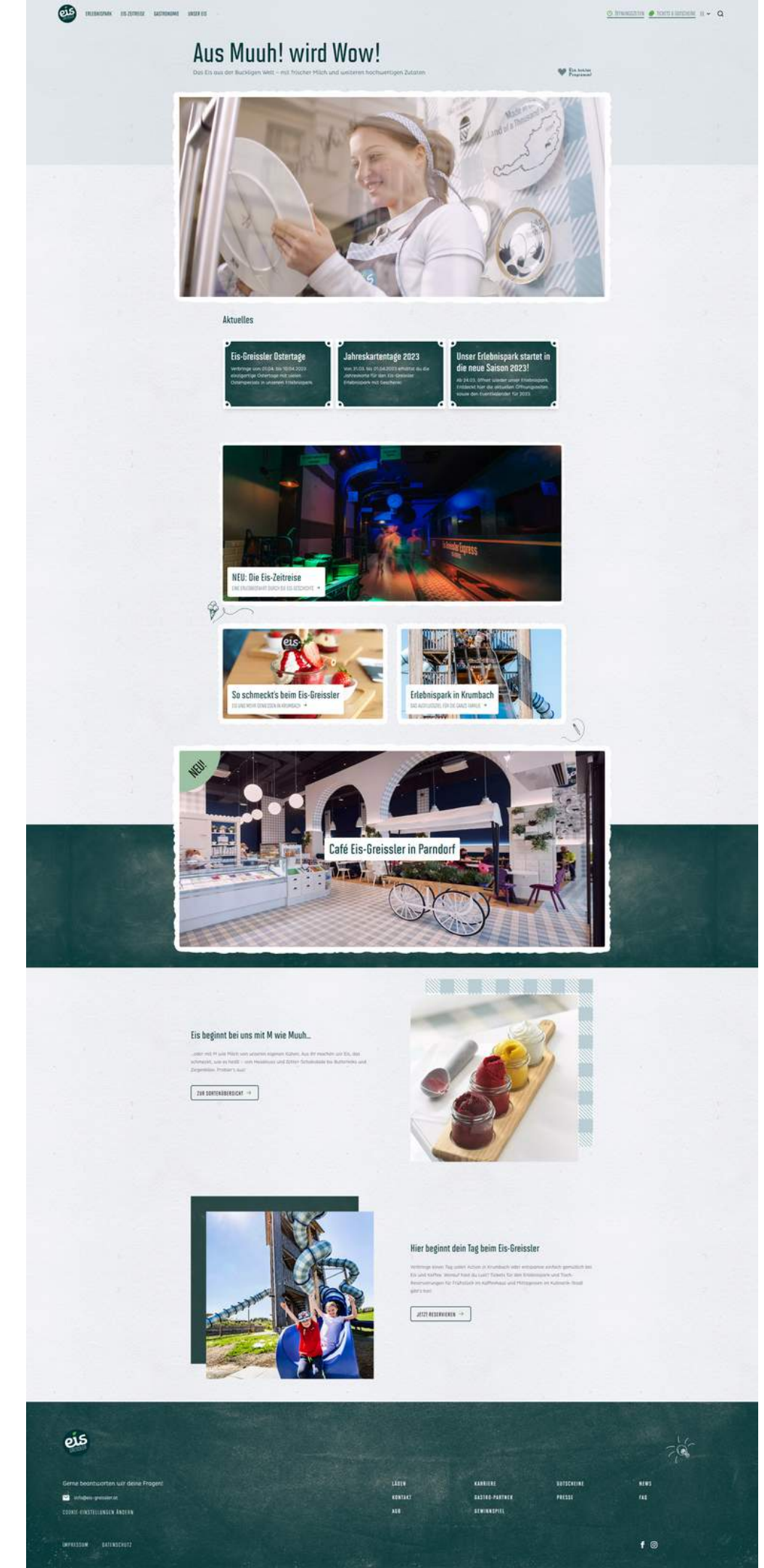
- Zusatzleistungen ("Eis-Zeitreise" + "Erlebnispark Krumbach") inklusive Buchungsoption
- Übersicht aktueller Neuigkeiten (ähnlich wie Blogbeiträge)
- Interaktive Standortübersicht, Öffnungszeiten und Info zum Eissalon
- Angebot in Website integriert (Speisekarte, Eissorten)

Zielgruppe(n)

- Kinder und junge Erwachsene bzw. Familien (6-40 Jahre)
- Offen für Neues (Eiskreationen, Viele vegane Optionen)
- Dynamik, Regionalität und Nachhaltigkeit

User Experience

- Sehr viel Interaktion in Verbindung mit ansprechenden Inhalten (+)
- Navigation etwas unübersichtlich (bsp. Standorte sind schwer zu finden) (-)
- Einige Unterseiten (bsp. Karriere, Partner, FAQ) sind nur über den Footer erreichbar (-)



Produktanalyse

Produkte und Leistungen

Produkte

- To go: Eis in der Tüte und im Becher, Eisboxen (personalisiert oder vorgefertigt), Eistorten
- Vor Ort: Eis ("Kugel"), Eiskreationen (Bananensplit, Joghurtbecher etc.), Getränke

Leistungen

- Lieferservice (Eisboxen) innerhalb Groß-Enzersdorf (+Umland) und Wien
- Wunschboxen zur Abholung
- Eisbuffets zur Abholung (für Events & Feiern)
- Gutscheine (Selbstabholung oder Versand)
- Kultursalon (Filmfestival, Schule der Neugier, Hofkino)

Produktanalyse

Stärken, Schwächen, Werte, USP

- + Große Auswahl an hochqualitativen Eissorten
 - + Besondere Eiskreationen (bsp. Mojito)
 - + Zusatzleistungen wie Lieferung und Eisbuffet
 - + Soziales Engagement (Kultursalon)
-
- Nur eine Location in Groß-Enzersdorf (nicht zentral gelegen)
 - Keine besonders große Auswahl an veganen Cremesorten (Drei Sorten + Fruchtsorten)

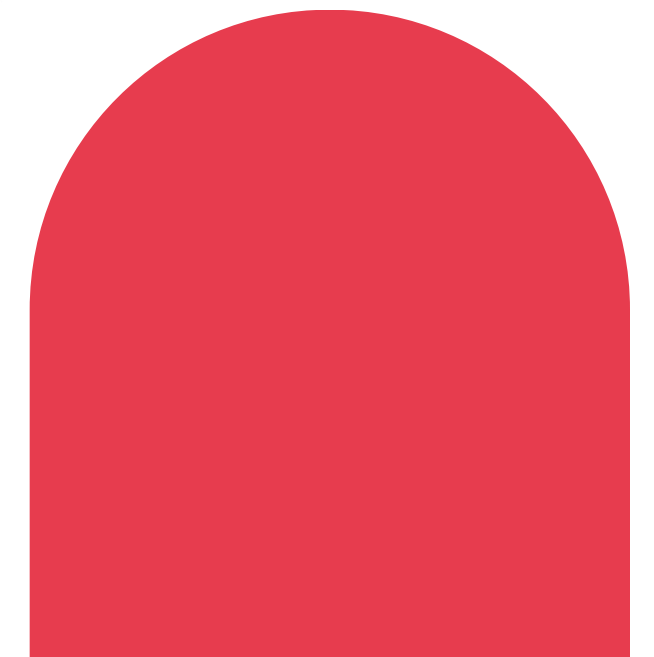
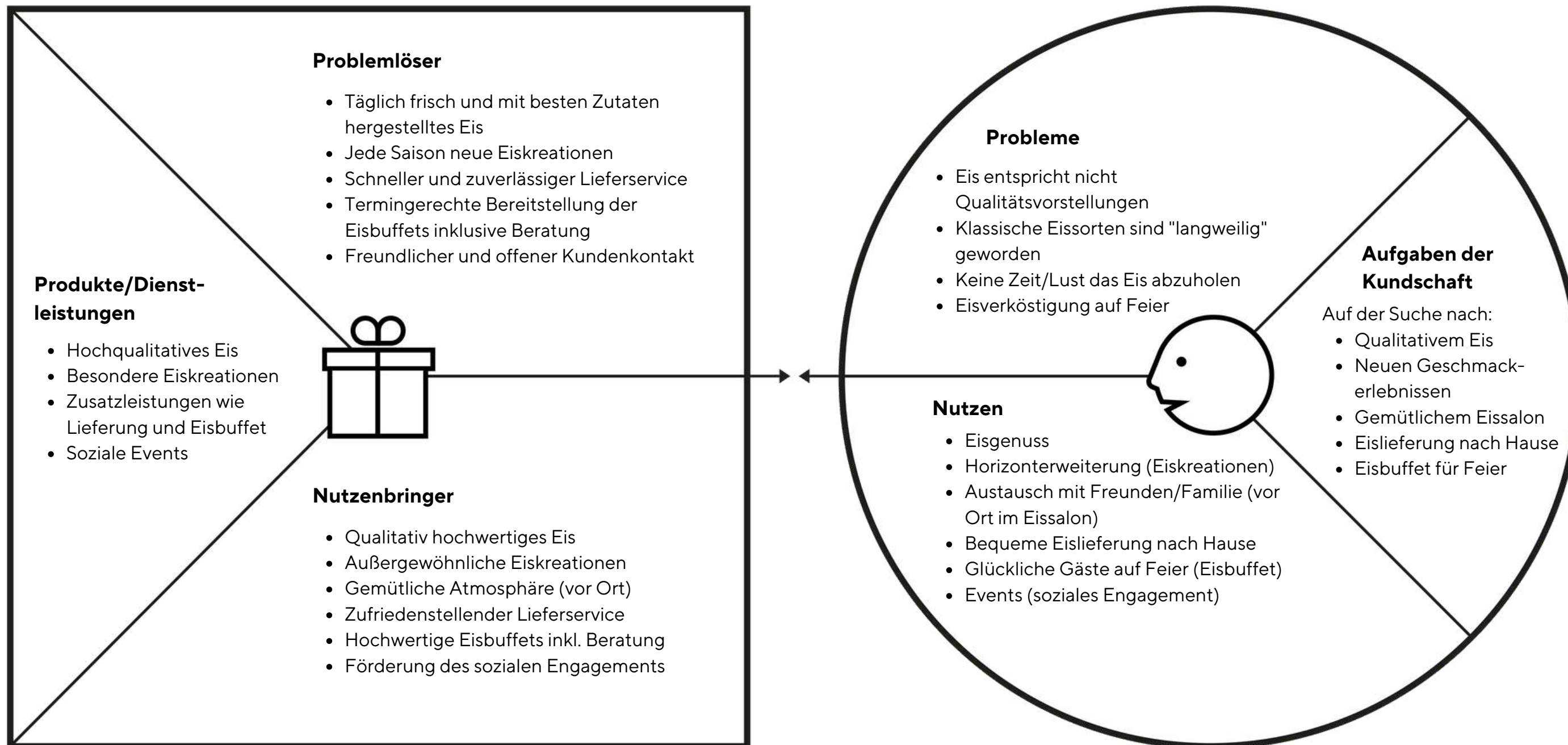
Werte (für die Kund:innen)

- Qualität
- Nachhaltigkeit
- Personalisierung

USP

"Isola Bella ist der einzige Eissalon, dem es durch hochqualitative und neuartige Eiskreationen gelingt, Menschen aus der (Vor-) Stadt und dem Land zusammenzubringen und sie dabei für soziales Engagement zu motivieren."

Value Proposition Canvas



Secondary Research

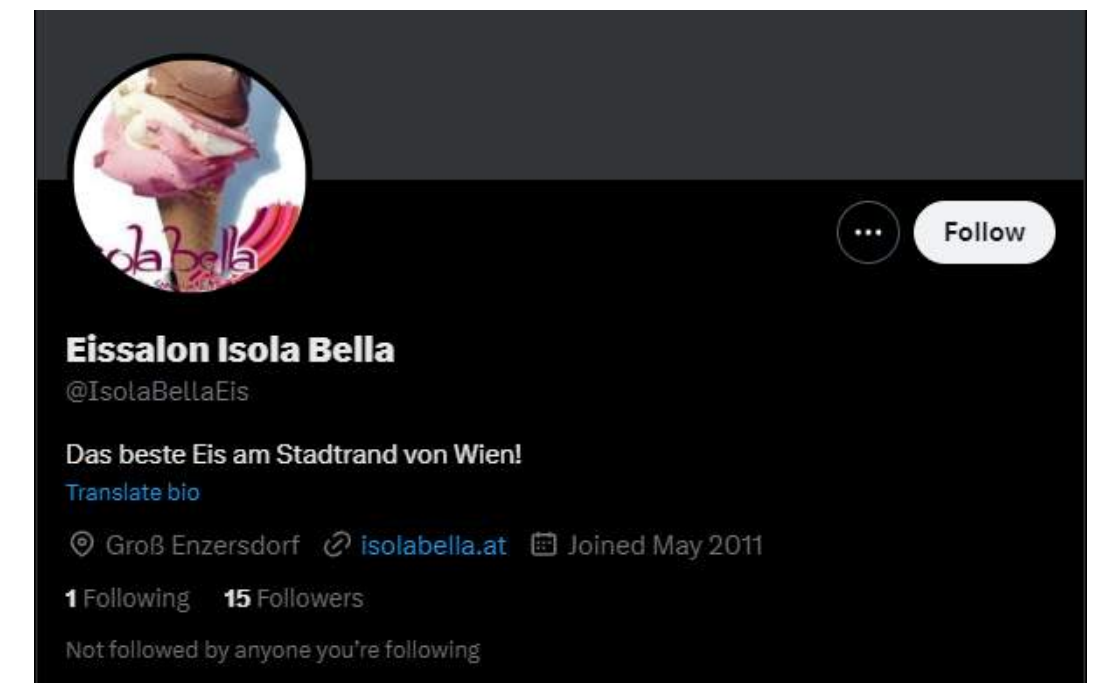
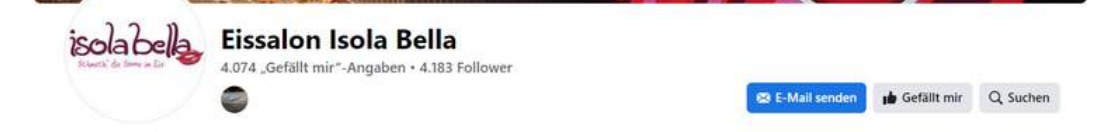
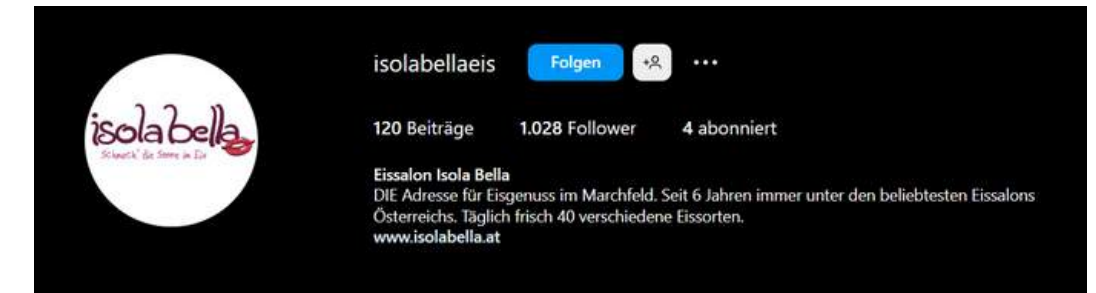
Social Media

Aktiv

- Instagram (@isolabellaeis)
- Facebook (@EissalonIsolaBella)

Inaktiv

- Twitter (@IsolaBellaEis)
- Tripadvisor (@Eissalon Isola Bella)



Secondary Research

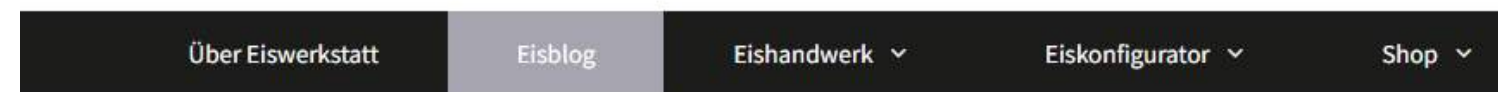
Publikationen, Insights, Trends



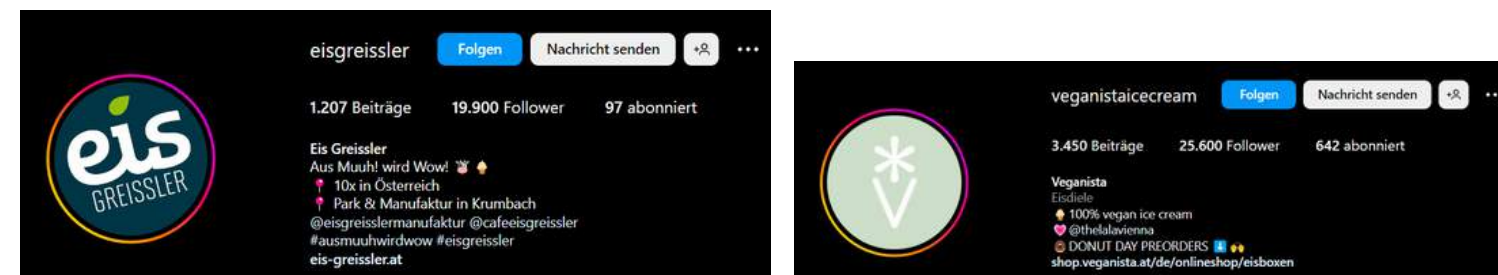
Buch zum Thema
Eiskreationen

EISWERKSTATT

DER BLOG ZUM EISHANDWERK



Blog über das Eishandwerk



Eis-Greissler und Veganista mit Abstand am meisten
Follower in den sozialen Medien (~20 Tsd. /~25 Tsd.)



Trend zum Selfmade-Eis
(Anzahl der Eissalons sinkt -
vor allem am Land)



Trend zu veganem Eis +
Trend zu gesünderem Eis

Inhaltsverzeichnis

02

Understand the Brand & Users

- Corporate Design Check
- Markenpersönlichkeit
- Personas
- Besuchsgründe der Website



CD-Check

Logo

- Kombination aus Namen, Slogan und Illustration
- Wirkt freundlich, locker und verspielt
- Illustration (Kussmund) besitzt 3D-Effekt



Farbe: Auswahl aus CI/CD-Farben, Kontrast von pink auf weiß nicht optimal



Schrift: Zwei unterschiedliche Pinselschriften, Leicht versetzt, Slogan bei kleiner Schriftgröße schwer lesbar

Format: Langgezogen (evtl. problematisch), Kussmund als Kleinstversion?

CD-Check

Schriften

- Auf dem Logo werden zwei unterschiedliche Pinselschriften verwendet, die freundlich und verspielt wirken.
- Auf der Website des Unternehmens wird die Schriftart "Julius Sans One" für Header-Überschriften und die Schriftart "Noto Sans" für alle anderen Schrift- und Textelemente verwendet.
- Auf Printprodukten wie beispielsweise der Eiskarte werden wiederum andere Schriftarten verwendet.

Eine bewusste Anwendung von Schrift zur Unterstützung der Marke ist kaum bis gar nicht erkennbar.



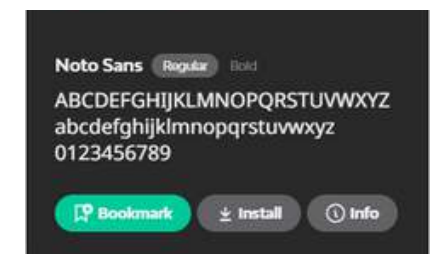
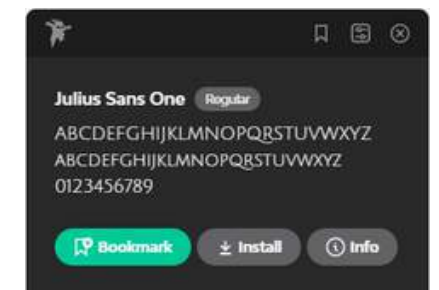
HOME BEZUGSQUELLEN ANGEBOT EISKARTE

Die Eissaison 2023 ist eröffnet!

vorerst täglich von 10.00 bis 20.00 , ab 26. März bis 22.00

NOUGATBECHER 
Vanilleeis, Haselnusseis, Weinbrandweichseln, Schlagobers, warmer Nougat

6,60









CD-Check

Farben

- Die CI/CD Farben von Isola Bella stammen alle aus dem nebenliegenden Muster - die mit Farbcodes versehenen Farben sind jedoch nur ein Auszug - das Muster enthält noch viele weitere Mischfarben (hier sollte man sich auf vier bis fünf Farben beschränken)
- Das Muster kommt beispielsweise bei der Eiskarte zum Einsatz - es scheint jedoch kein klar definiertes System zu geben wann das Muster verwendet wird (und wann nicht)
- Auf der Website lässt sich kein bewusst gesetzter Einsatz von Farben erkennen



 #660938	 #e05b90
 #d62948	 #ae223c
 #ee4f3a	 #e83b4d

CD-Check

Design & Bilderwelt

- Die Unternehmensfarben (bzw. das Muster) kommen bei vielen realen Produkten zum Einsatz (Kaffee-Untersetzer, Eisbecher, Schürze, Teppich im Innenbereich). Sogar das Absperrband im Hintergrund (siehe Foto oben rechts) ist im "Isola Bella Pink" eingefärbt
- Die Bilderwelt im Allgemeinen lässt sich als persönlich, nahbar und sympathisch beschreiben. Es wird jedoch kein spezieller "Stil" verfolgt, weswegen die Bilder teilweise ein wenig willkürlich wirken



Markenpersönlichkeit

Stefanie Sommer

Alter 33	Geschlecht Weiblich	Wohnort Vorstadt, Reihenhaus	Lebensstand Verlobt, Zweijährige Tochter
Beruf & Branche Volksschullehrerin, Soziales Engagement		Charakter Sympathisch, Weltoffen, Gewissenhaft	Hobbies Malen, Lesen, Freunde treffen
Partei SPÖ	Auto Ford Elektro		



Zielgruppe

Users

- Kinder und junge bis mittelalte Erwachsene (8-55 Jahre)
- Familien, Single: eher Frauen als Männer
- Lieber Stadt als Land
- Individualisierung, Qualität und Nachhaltigkeit
- Stets Offen für Neues
- Essgewohnheiten werden hinterfragt (bsp. Vegan)



Persona 01

Marius Feldner



Alter: 16

Wohnort: Groß-Enzersdorf, Niederösterreich

Familienstand: Ledig

Beruf: Lehre zum Einzelhandelskaufmann

Bio: Marius absolviert bei Müller in Groß-Enzersdorf die Lehre zum Einzelhandelskaufmann. Sein Lehrberuf macht ihm Spaß, jedoch hat er Probleme mit den Noten und seiner Überdrehtheit. Aktuell ist er in einem Alter, in dem das Fortgehen mit Freunden und die Suche nach der ersten großen Liebe beginnt.

Charakter: lebensfroh, extrovertiert, impulsiv

Hobbies: Fußball spielen, Skaten, mit Freunden fortgehen

Herausforderungen: Noten, Pünktlichkeit, Überdreht sein

Ziele: Zeit mit seinen Freunden verbringen, eine Freundin finden, Neue Eissorten ausprobieren

"Hey, ich bin Marius. Ich habe mich total in eine meiner Arbeitskolleginnen verguckt und möchte sie nun nach einem Date im Eissalon fragen. Besonders gerne probiere ich neue, ausgefallene Eissorten aus. Sofern sie dem Date zusagt möchte ich Empfehlungen geben können, welche Eiskreationen sie probieren sollte."

Persona 02

Sarah Leitinger



Alter: 39

Wohnort: Wien, 22. Bezirk

Familienstand: Verlobt, zwei kleine Kinder

Beruf: Marketing in einem kleinen Unternehmen

Bio: Gemeinsam mit ihrem Verlobten und ihren beiden Töchtern genießt Sarah das Familienleben in vollen Zügen. Nachdem die Hochzeit mit Thomas kurz bevor steht ist sie aktuell auf der Suche nach einem passenden Nachtisch für ihre Gäste.

Charakter: einfühlsam, optimistisch, kreativ

Hobbies: Tanzen, Familienausflüge planen

Herausforderungen: Zeitmanagement, Work-Life-Balance

Ziele: Mit Freunden oder Familie Zeit verbringen, Bevorstehende Hochzeit planen

"Hallo, ich bin Sarah. In meiner Freizeit verbringe ich gerne Zeit mit meiner Familie und meinen Freunden. Momentan bin ich ziemlich im Stress, da ich meinen anspruchsvollen Job, die Bedürfnisse meiner Kinder und die Hochzeitsplanung unter einen Hut bringen muss."

Personas

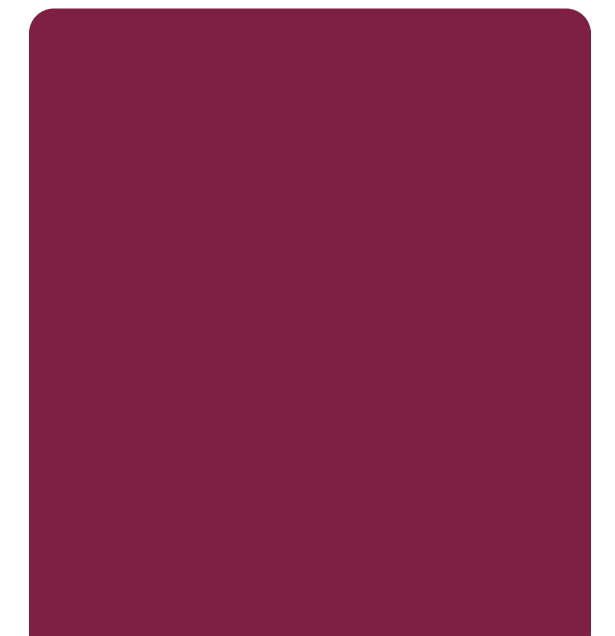
Besuchsgründe



Marius möchte stets über neue Eissorten informiert sein. Demnach benötigt er eine übersichtliche Darstellung aller Eissorten. Darüber hinaus möchte er durch eine schnelle Websuche wissen, wann der Eissalon geöffnet hat, damit er sein bevorstehendes Date optimal planen kann.



Sarah ist durch ihren Job und ihr Privatleben gestresst. Sie sucht nach einem Ort, an dem sie mit Freunden und ihrer Familie entspannen kann. Zudem plant sie momentan ihre Hochzeit und benötigt ein passendes Dessert für ihre Gäste. Auf der Website möchte sie sich über das Eisbuffet informieren und dieses ggf. vorbestellen.



Inhaltsverzeichnis

03

Define the goal and plan the website

- Use Case
- User Journey
- User Stories
- Anforderungen



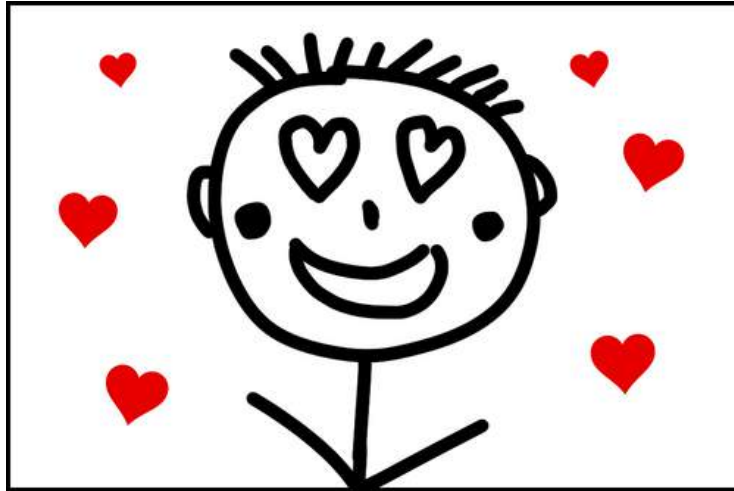
Persona 01

Marius Feldner - Use Case

Marius hat sich total in Claudia, eine Kollegin aus seinem Lehrberuf bei Müller, verguckt. Er hat all seinen Mut zusammen genommen und sie nach einem Date im Eissalon gefragt - und sie hat zugesagt! Nun möchte er sich über die neuen Eissorten informieren, die angeboten werden, um in weiterer Folge Empfehlungen an Claudia aussprechen zu können. Darüber hinaus möchte er durch eine schnelle Websuche erfahren, wann der Eissalon geöffnet ist, um das bevorstehende Date optimal planen zu können. Da Marius Probleme mit seinen Noten hat und demnach aktuell viel lernen muss, ist ihm wichtig, dass die für ihn relevanten Informationen möglichst schnell gefunden werden können. Er benutzt dafür, wie für alles was er im Internet macht, sein Smartphone.



Marius Feldner - User Journey



Marius verlässt die Arbeit mit einem riesigen Grinsen - Claudia hat dem Date im Eissalon zugesagt

User Goal

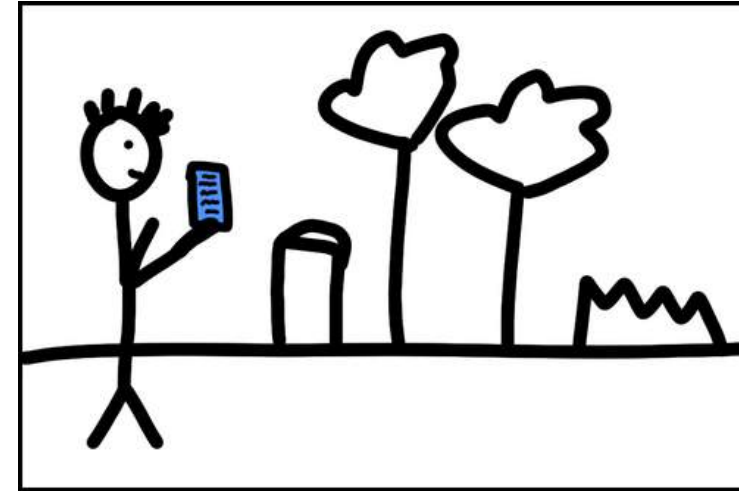
Ein tolles Date planen um einen guten Eindruck zu machen

Expectations

Einfache und schnelle Informationsbeschaffung & Reservierung

Pain Points

Unübersichtlicher Website-Aufbau, Kein responsives Design



Auf dem Heimweg sucht Marius im Internet nach der Homepage des Eissalons Isola Bella

User Goal

Die Website möglichst schnell und mit wenigen Klicks finden

Expectations

Homepage wird als erstes Suchergebnis angezeigt

Pain Points

Website scheint nicht auf, SEO-Texte wirken unseriös



Nachdem Marius auf den Website-link des Eissalons geklickt hat gelangt er auf die Startseite

User Goal

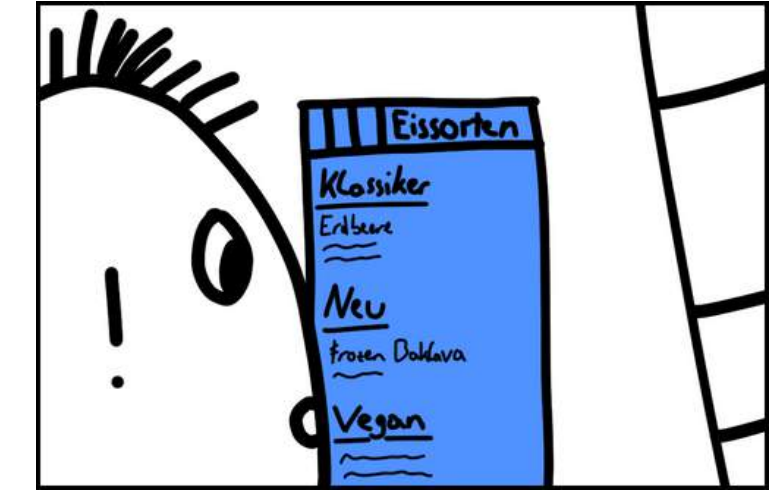
Die Öffnungszeiten des Eissalons herausfinden um Date zu planen

Expectations

Öffnungszeiten sind direkt am ersten Blick ersichtlich

Pain Points

Öffnungszeiten versteckt bzw. nicht direkt wahrnehmbar



Marius ist über die Öffnungszeiten informiert und möchte nun die neuen Eiskreationen erkunden

User Goal

Eine Übersicht über alle aktuellen Eissorten erhalten

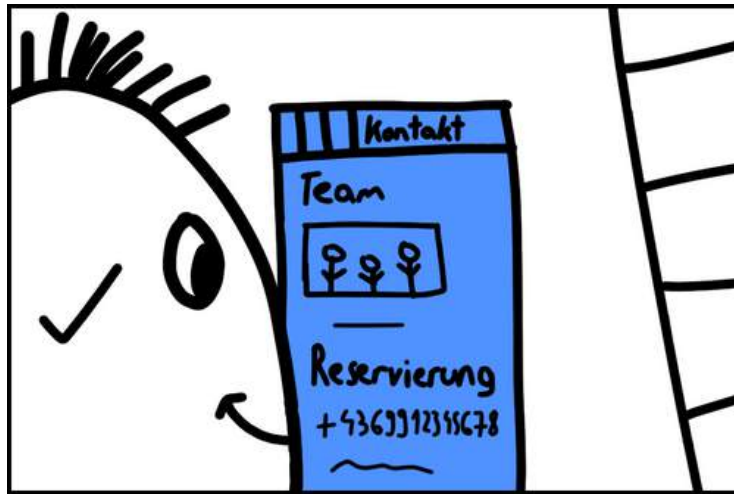
Expectations

Die Liste sollte intuitiv verständlich und gut gegliedert sein

Pain Points

Unübersichtlich, Nicht alles auf einer Seite vereint (Unterseiten)

Marius Feldner - User Journey



Die Eiskreationen haben Marius überzeugt - er möchte nun einen Tisch für das Date reservieren

User Goal

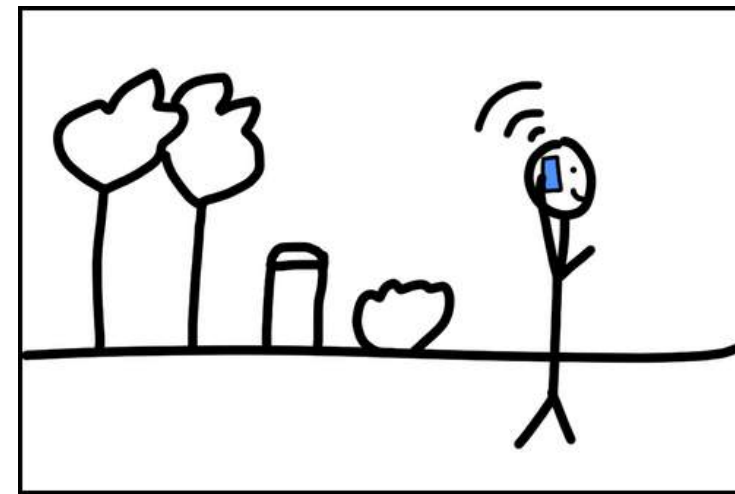
Im Eissalon anrufen und einen Tisch für zwei Personen reservieren

Expectations

Schnelle und unkomplizierte Reservierung per Smartphone

Pain Points

Schwer auffindbare oder nicht klickbare Telefonnummer



Nach einem Klick auf die Telefonnummer ruft Marius beim Eissalon Isola Bella an

User Goal

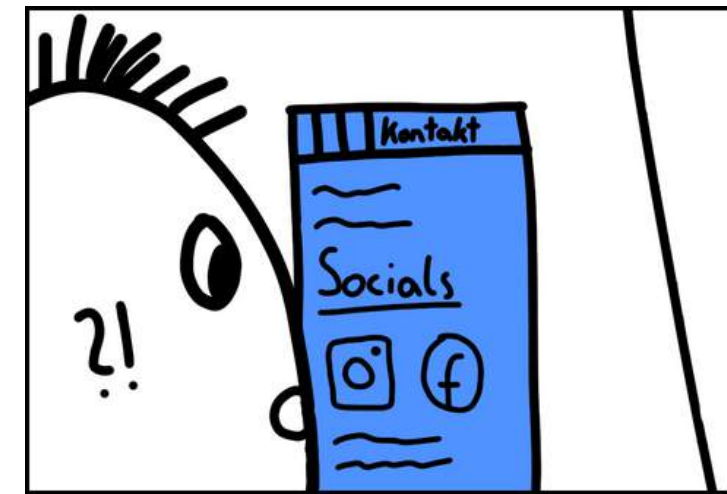
Reservierung eines Tisches für zwei Personen am nächsten Tag

Expectations

Das Gegenüber hebt sofort ab und reserviert Tisch auf seinen Namen

Pain Points

Lange Wartezeiten oder keine Antwort, Unfreundlich, Kein Platz



Nach der erfolgreichen Tischreservierung entdeckt Marius die Social Media Seiten des Eissalons

User Goal

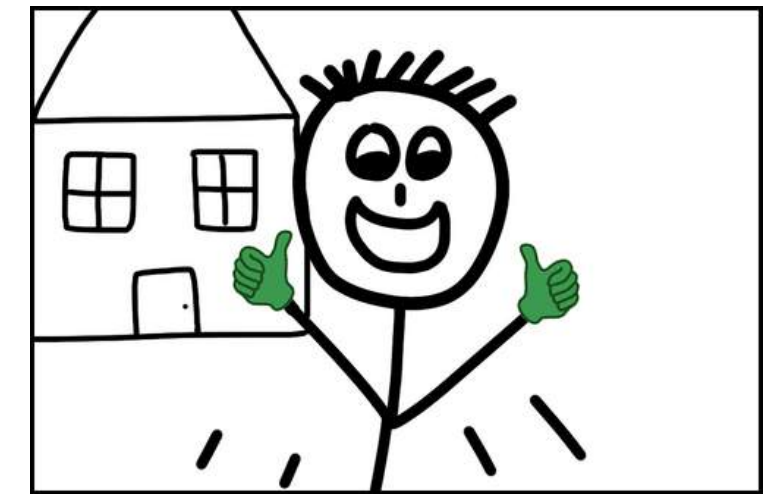
Dem Eissalon auf Instagram folgen um aktuelle News zu erhalten

Expectations

Verlinkung in die Instagram-App, Eindrucksvoller Account

Pain Points

Icon nicht klickbar bzw. Verlinkung funkt nicht, Unschöner Account



Marius ist zu Hause angekommen und ist überglücklich dass alles funktioniert hat

User Goal

Claudia von seinen Plänen erzählen und ein schönes Date haben

Expectations

Tisch ist tatsächlich reserviert, Alle Eissorten sind erhältlich

Pain Points

Eissalon geschlossen, Tisch nicht reserviert, Eissorten ausverkauft

Marius Feldner - User Stories

- 01** Als gelegentlicher Besucher des Eissalons möchte Marius die Unternehmenswebsite möglichst schnell finden, um mit der Planung des bevorstehenden Dates beginnen zu können.
- 02** Als Smartphone-User erwartet Marius eine für Mobilgeräte optimierte Website, auf der er sich problemlos zurechtfindet.
- 03** Als baldiger Kunde möchte Marius erfahren, wann der Eissalon geöffnet hat, um einen passenden Zeitpunkt für das Date zu finden.
- 04** Als Eisliebhaber möchte Marius eine übersichtliche Auflistung aller Eissorten (inklusive saisonaler Eiskreationen) vorfinden, um mit seinem Wissen bei Claudia einen guten Eindruck zu machen.
- 05** Als baldiger Kunde möchte Marius im Eissalon anrufen, um auf seinen Namen einen Tisch für zwei Personen zu reservieren.
- 06** Als Eisliebhaber möchte Marius über die Website auf den Instagram Account des Eissalons gelangen und diesem folgen, um aktuelle News zu erhalten.
- 07** Als Kunde möchte Marius, dass der Tisch tatsächlich reserviert ist und dass alle auf der Website präsentierten Eissorten erhältlich sind.

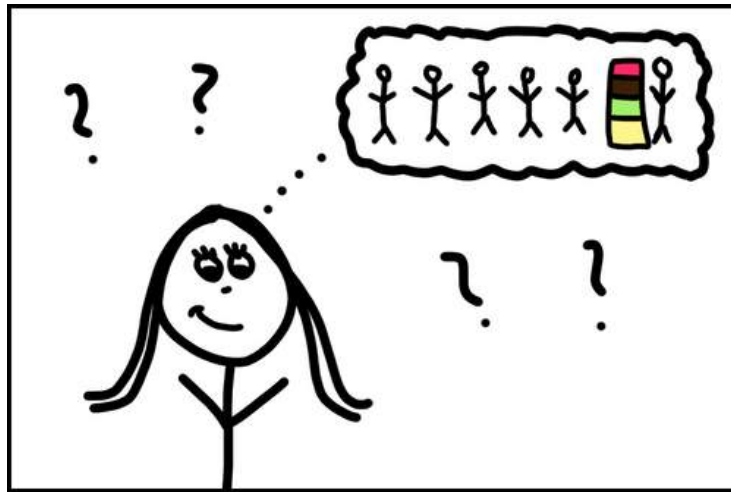
Persona 02

Sarah Leitinger - Use Case

Sarah ist aktuell 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 und hat dabei an ein Eisbuffet gedacht. Mithilfe einer schnellen Google-Suche möchte sie zunächst herausfinden, welche Eissalons in der Nähe solch ein Service anbieten. Im folgenden Schritt möchte sie sich auf der Website über das Eisbuffet informieren und Kontakt mit dem Eissalon aufnehmen um den Preis abzuklären. Abschließend möchte Sarah das Eisbuffet möglichst unkompliziert direkt auf der Website zur Abholung an ihrem Hochzeitstag vorbestellen. Da sie einen stressigen Alltag hat, ist ihr wichtig, diesen Prozess möglichst schnell abzuwickeln. Sie benutzt dafür ihren Laptop.



Sarah Leitinger - User Journey



Sarah hat die Idee ihren Hochzeitsgästen als Nachtisch ein leckeres Eisbuffet anzubieten

User Goal

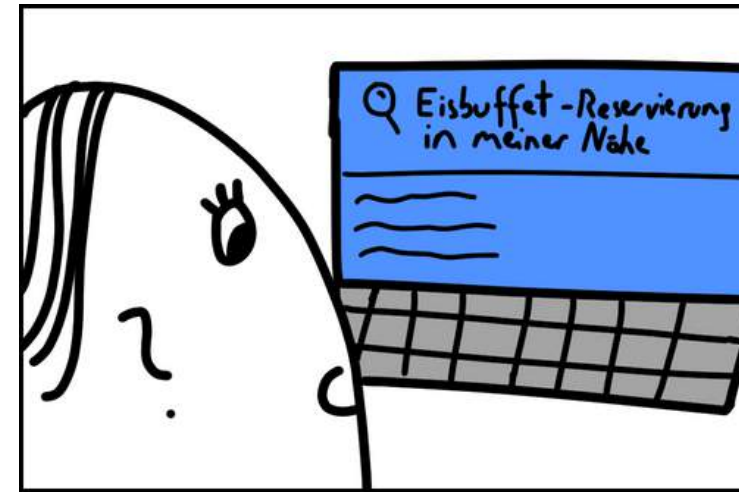
Organisation eines Eisbuffets für die bevorstehende Hochzeit

Expectations

Unkomplizierte Infobeschaffung, Reservierung und Abholung

Pain Points

Komplizierte Website, Keine Online-reservierung, Probleme bei Abholung



Sie schnappt sich ihren Laptop und startet eine Google-Recherche nach Angeboten in ihrer Nähe

User Goal

Eissalon in ihrer Nähe finden, der Eisbuffets für Hochzeiten anbietet

Expectations

Passende und vielversprechende Suchergebnisse

Pain Points

Website (Isola Bella) scheint nicht bzw. zu weit unten auf, SEO-Texte überzeugen nicht



Sarah gelangt auf die Eisbuffet-Unterseite von Isola Bella und informiert sich über das Angebot

User Goal

Infos über das Eisbuffet erhalten um abwägen zu können ob es passt

Expectations

Übersichtliche Darstellung aller relevanten Informationen

Pain Points

Fehlende Informationen, Schlechte Darstellung, Nicht überzeugend



Sie ist vom Angebot begeistert und möchte nun einen individuellen "Kostenvoranschlag"

User Goal

Erfahren wie viel das Eisbuffet ungefähr (oder exakt) kosten wird

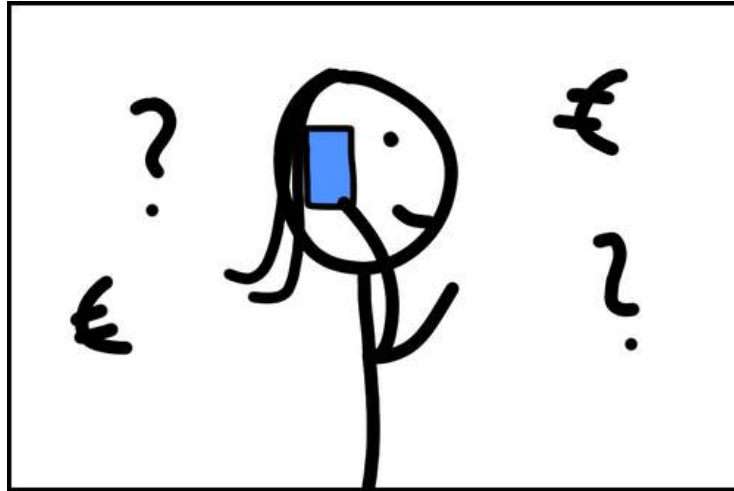
Expectations

Nennung der Kosten des Eisbuffets und individuelle Beratung

Pain Points

Einschätzung des Preises nicht möglich, Unzureichende Beratung

Sarah Leitinger - User Journey



Sarah nimmt ihr Smartphone zur Hand und ruft im Eissalon an um den Preis des Eisbuffets zu erfahren

User Goal

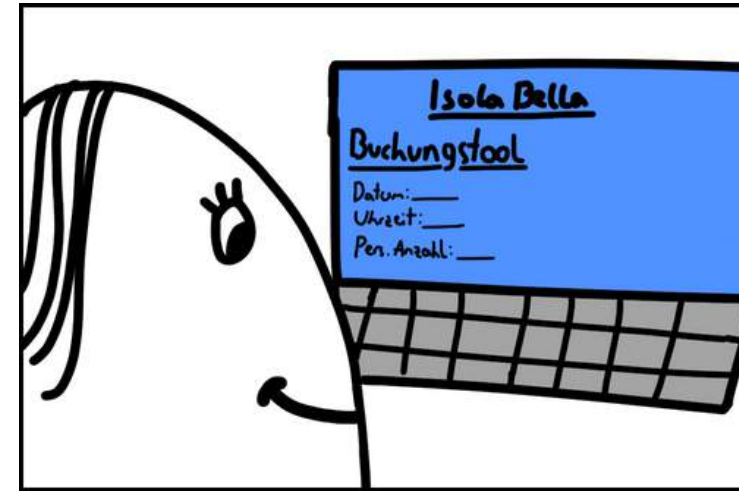
Erfahren des Preises, individuelle Beratung und erster Kontaktpunkt

Expectations

Das Gegenüber hebt direkt ab und gibt Auskunft (kompetent und nett)

Pain Points

Keine Antwort, Inkompetent, Unfreundlich, Preis zu hoch



Nachdem sie den Preis erfahren hat und damit zufrieden ist nutzt Sarah das Buchungstool auf der Website

User Goal

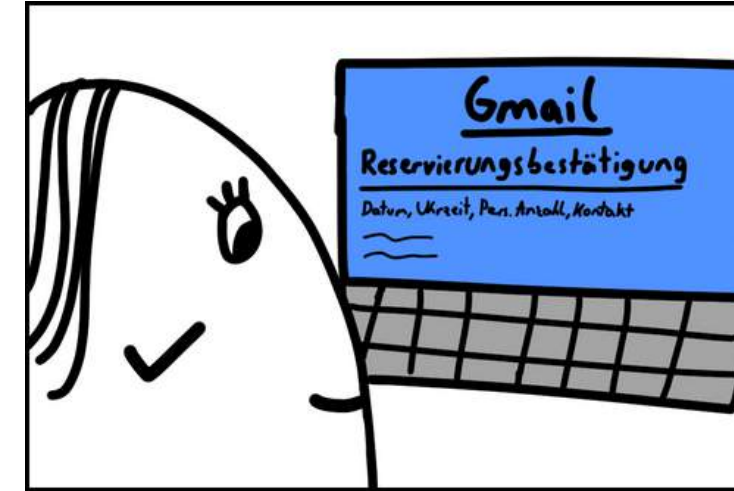
Schnelle und unkomplizierte Reservierung des Eisbuffets für Hochzeit

Expectations

Verständliches Buchungstool inkl. aller Infos + Nachrichtefeld

Pain Points

Fehlende Infos, Unübersichtlich, Abschicken funkt nicht, Datenschutz



Nach der Buchung erhält Sarah eine Bestätigungsemail mit allen Infos zu ihrer Bestellung und der Abholung

User Goal

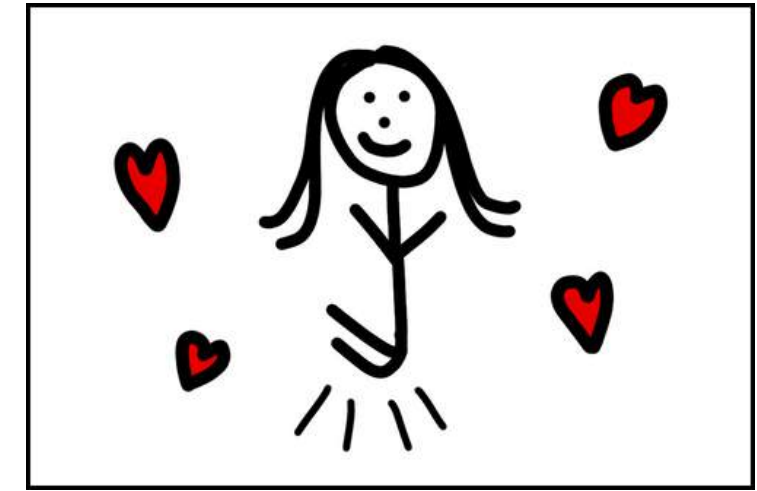
Absicherung der Reservierung, Alles nochmal "schriftlich bekommen"

Expectations

Direktes Erhalten einer übersichtlichen Email mit allen Infos

Pain Points

Keine Email, Email landet im Spam, Unübersichtlich, Infos fehlen



Sarah freut sich dass alles geklappt hat und sie nun in der Hochzeitsplanung einen Schritt weiter ist

User Goal

Sich keine Gedanken mehr machen müssen, Ein tolles Eisbuffet erhalten

Expectations

Eisbuffet ist rechtzeitig zur Abholung bereit und überzeugt alle Gäste

Pain Points

Probleme bei der Abholung, Eisbuffet wird Erwartungen nicht gerecht

Sarah Leitinger - User Stories

- 01** Als Neukunde möchte Sarah das Eisbuffet-Angebot von Isola Bella möglichst schnell via Google-Suche finden, um damit beginnen zu können, sich über das Produkt bzw. die Dienstleistung zu informieren.
- 02** Als potenzielle Kundin möchte Sarah eine übersichtliche Unterseite ("Eisbuffet") inklusive aller relevanten Informationen vorfinden, um abwägen zu können, ob sich das Angebot für ihre Hochzeit eignet.
- 03** Als Interessierte möchte Sarah sich per Telefon über die Kosten des Eisbuffets informieren und zudem eine persönliche Beratung erhalten, um zu entscheiden, ob sie das Angebot annimmt.
- 04** Als baldige Kundin möchte Sarah das Eisbuffet-Buchungstool auf der Website nutzen, um möglichst schnell und unkompliziert ihre Reservierung in Auftrag zu geben.
- 05** Als Userin erwartet sich Sarah ein responsives Buchungstool, welches alle relevanten Informationen und ein zusätzliches Nachrichtefeld enthält und zudem den Datenschutz der potenziellen Kund:innen ernst nimmt.
- 06** Als Kundin möchte Sarah eine übersichtliche Bestätigungsemail erhalten, in der alle Informationen bezüglich der Reservierung und der Abholung nochmals schriftlich festgehalten sind.
- 07** Als Kundin erwartet sich Sarah ein tolles Eisbuffet, welches rechtzeitig zur Abholung bereit ist und dabei sowohl ihren Erwartungen, als auch den Erwartungen ihrer Gäste, gerecht wird.

Anforderungen

01

Anforderungen der Nutzer:innen

Als Interessent:in/Kund:in möchte ich...

- Informationen finden
- Reservierungs- und Buchungstool(s) verwenden
- Kontaktmöglichkeiten nutzen (Tel., Email)
- Anfahrmöglichkeiten erhalten
- Auf Social Media Kanäle gelangen
- Offene Stellen/Jobs finden
- Bei Buchung(en) Bestätigungsemail erhalten
- Eine responsive Website
- Hohen Datenschutz

02

Anforderungen des Unternehmens

Die Website soll für das Unternehmen...

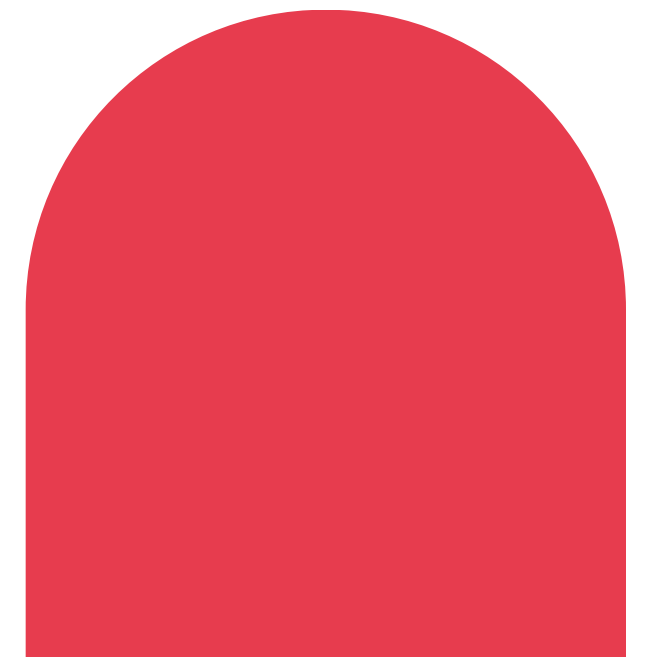
- Einen Informationskanal darstellen (Produkte, Services, Anfahrt, Kontakt, Jobs, Social Media, Partner etc.)
- Das soziale Engagement ("Kultursalon") vermitteln
- Die Reservierung und Buchung von Produkten und Services erleichtern
- Die Aufmerksamkeit und Online Präsenz erhöhen
- Neue Kund:innen gewinnen, bestehende Kund:innen halten
- Den Profit erhöhen

03

Anforderungen der Marke

Kommunikative Ziele aus Markensicht sind...

- Markenpräsenz steigern
- Identifikation der Kund:innen mit Marke fördern
- Vermittlung der Markenwerte
- Qualitativ hochwertiges Auftreten
- Übersichtliche Darstellung der Produkte und Leistungen
- Vertrauen von Kund:innen gewinnen bzw. fördern
- Persönliche und sympathische Kommunikation
- Wahrung des (guten) Images
- "Langlebigkeit" der Marke



Inhaltsverzeichnis

04

Plan the brand experience

- Markenpersönlichkeit
- Essenz (inkl. Konzepte)
- Moodboard
- Stylescape (inkl. UI-Elemente)



(Neue) Markenpersönlichkeit

Stefanie Sommer

Alter	Geschlecht	Wohnort	Lebensstand
33	Weiblich	Vorstadt, Reihenhaus	Verlobt, Zweijährige Tochter
Beruf & Branche	Partei	Auto	
Lehrerin auf Gymnasium, BE und Ernährungslehre	SPÖ, Die Grünen	Ford Elektro, Fahrrad	
Charakter	Hobbies		
Sympathisch, Weltoffen, Gewissenhaft, Energisch	Malen, Freunde treffen, Soziales Engagement		



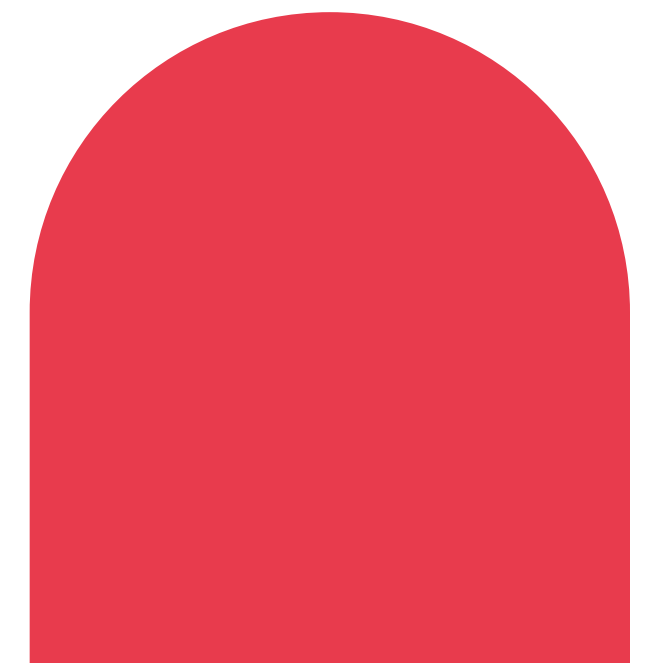
Hinweis: Die aktuelle Markenpersönlichkeit passt ziemlich gut, es wurden lediglich einige Details adaptiert (in orange markiert)

Übereinstimmende Werte

Werte des Unternehmens, der Marke und der Nutzer:innen

Regionalität **Kreativität** **Tradition vs. Modernität**

Lebensfreude **Soziales Engagement**



Synthese

Die Essenz des Designs

Regionalität

Es soll ein Design erstellt werden, das die Regionalität und die sich daraus ergebende Nachhaltigkeit und Qualität des Eissortiments repräsentiert und in den Vordergrund stellt.

Kreativität

Das Design soll ebenfalls die Kreativität des Unternehmens (bsp. neue Eiskreationen) sowie die Kreativität der Konsument:innen (Hobbies) widerspiegeln.

Tradition vs. Modernität

Der Eissalon Isola Bella steht einerseits für ein Familienunternehmen mit 50-jähriger Tradition, andererseits aber auch für neue und frische Herangehensweisen (Vegan, Eislieferung etc.)

Synthese

Die Essenz des Designs

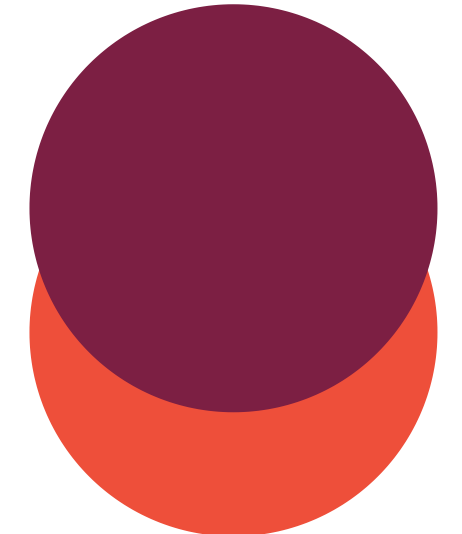
Lebensfreude

Es soll ein Design kreiert werden, das den Optimismus und die Energetik des Unternehmens und dessen Konsument:innen einfängt und die daraus resultierende Lebensfreude repräsentiert.

Soziales Engagement

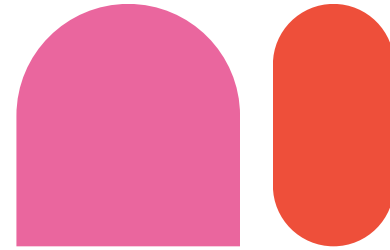
Im Design soll weiters das soziale Engagement des Eissalons ("Kultursalon") und die Verantwortung, die in diversen Unternehmensentscheidungen gelebt wird, miteinbezogen werden.

Moodboard



Gothiks Round Book

isola bella

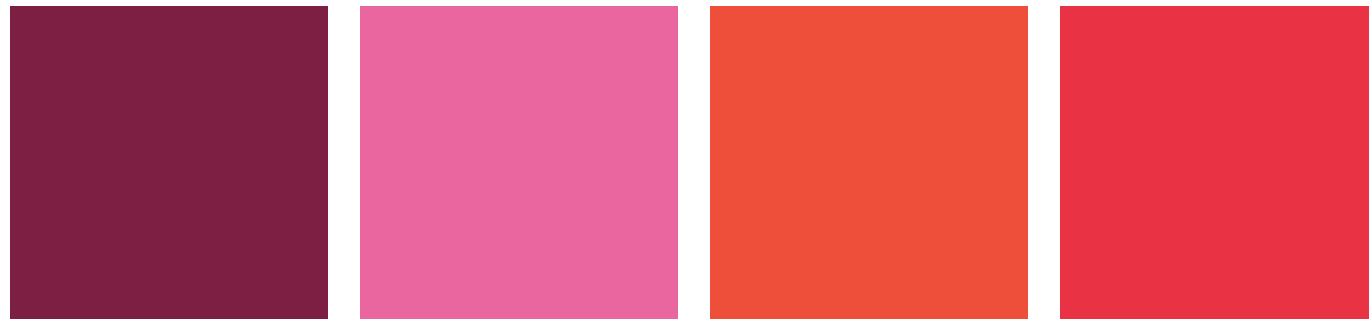


Menco Bold Italic

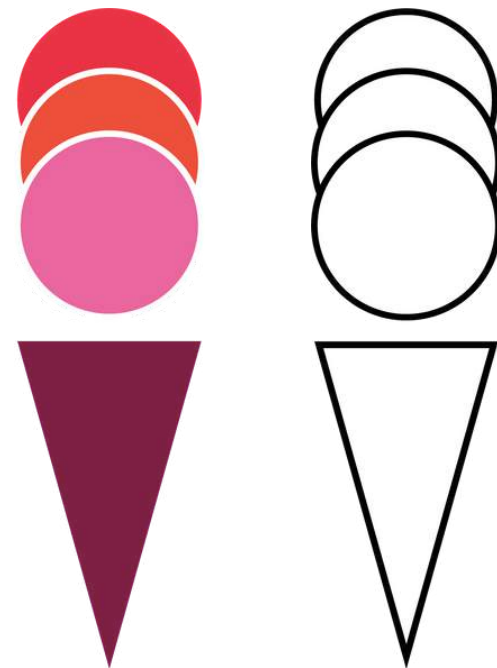
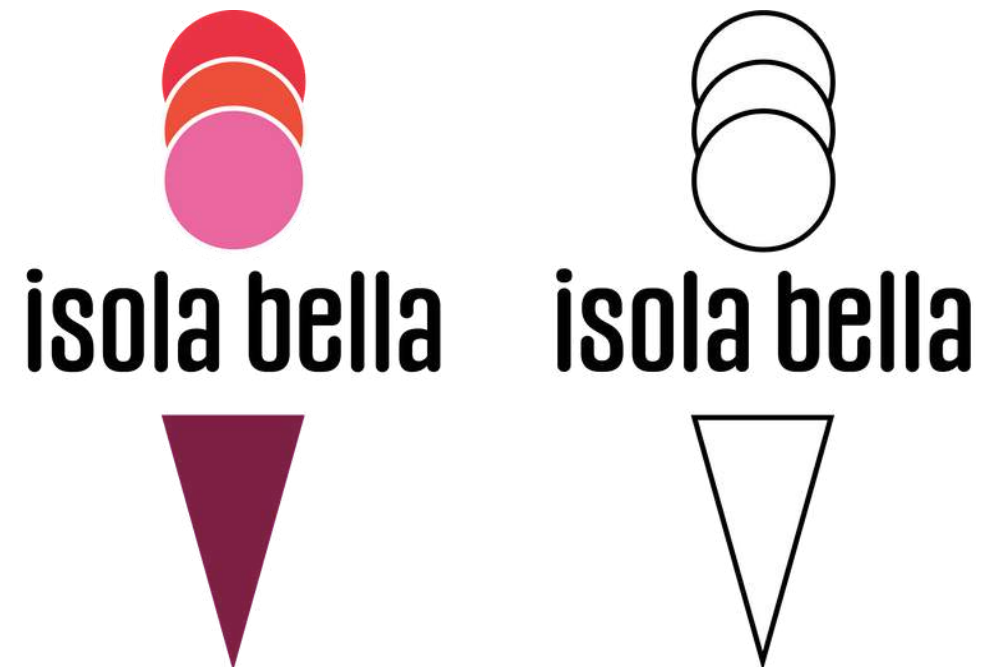
**Neue Eissorten
erhältlich!**



**Schmeck' die
Sonne im Eis!**



Neues Logo



Das neue Logo vom Eissalon Isola Bella wirkt frisch und modern, vermittelt aber gleichzeitig ein gewisses Retro-Feeling und steht somit für Know-How und Qualität. Besonderer Fokus lag darauf, ein Gefühl der Lebensfreude zu erzeugen und etwas zu erschaffen, das proaktiv nach vorne geht und sagt: "Ich bin da, komm und probier' unser Eis!"

Neben dem Logo in Farbe und im Negativ wurde auch ein Emblem (ohne Schriftzug) erstellt, welches beispielsweise als Icon, als Sticker oder in der Kleinstversion des Logos verwendet werden kann.

Neue Designelemente



Analog zum neuen Logo wurden neue Designelemente entwickelt, die ebenfalls alle identifizierten Konzepte der Essenz repräsentieren. Besonderer Fokus lag hier darauf, ein System zu erschaffen, das möglichst vielseitig ist und in diversen Anordnungen genutzt werden kann. Durch das Spiel mit 2D-Formen entsteht darüber hinaus auch hier eine Verbindung von Tradition und Modernität.

Hinsichtlich der folgenden Erstellung eines neuen User Interface Designs wurden zudem bereits einige UI-Elemente in das Designsystem mitaufgenommen.

Stylescape



Inhaltsverzeichnis

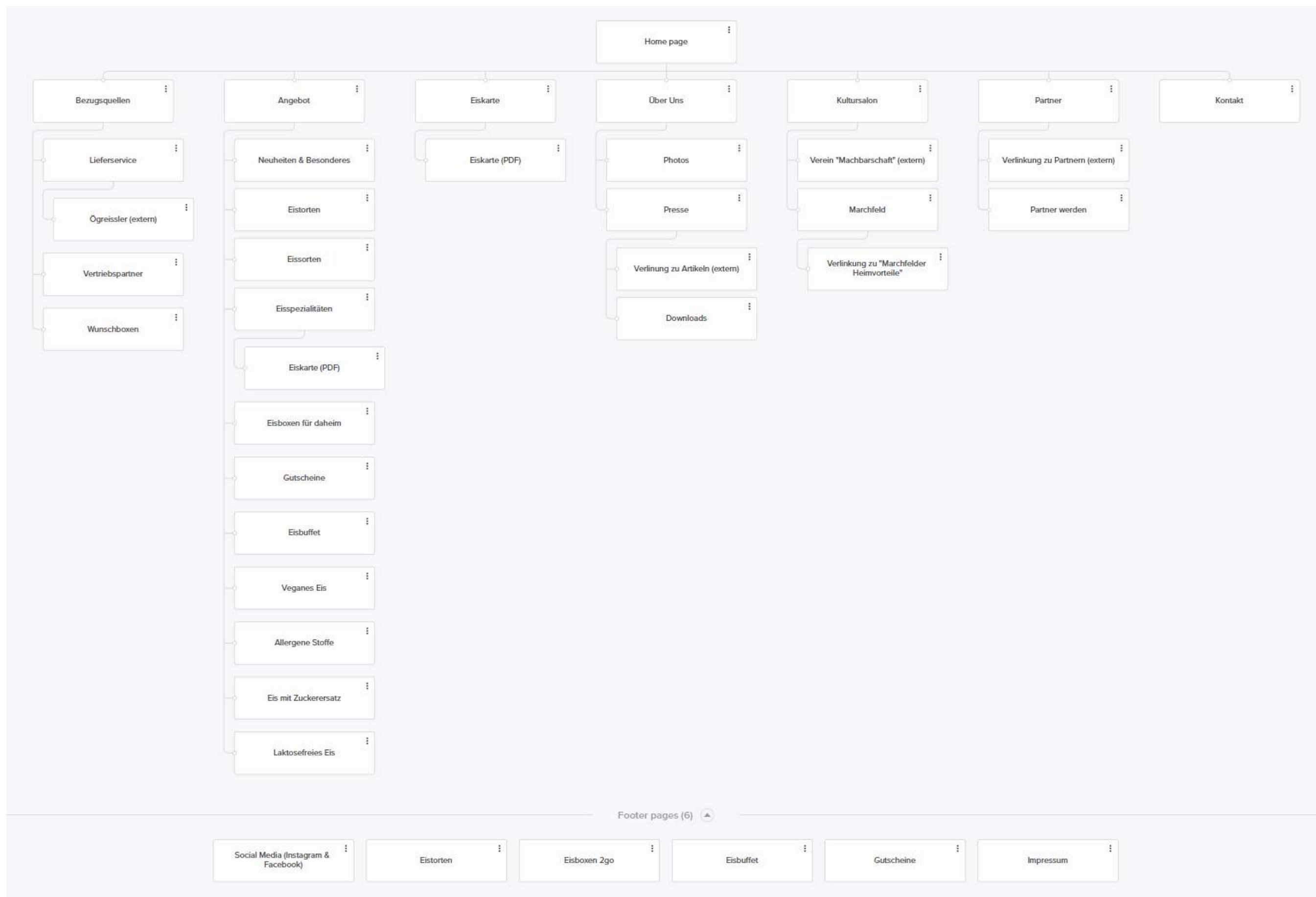
05

Plan the user experience

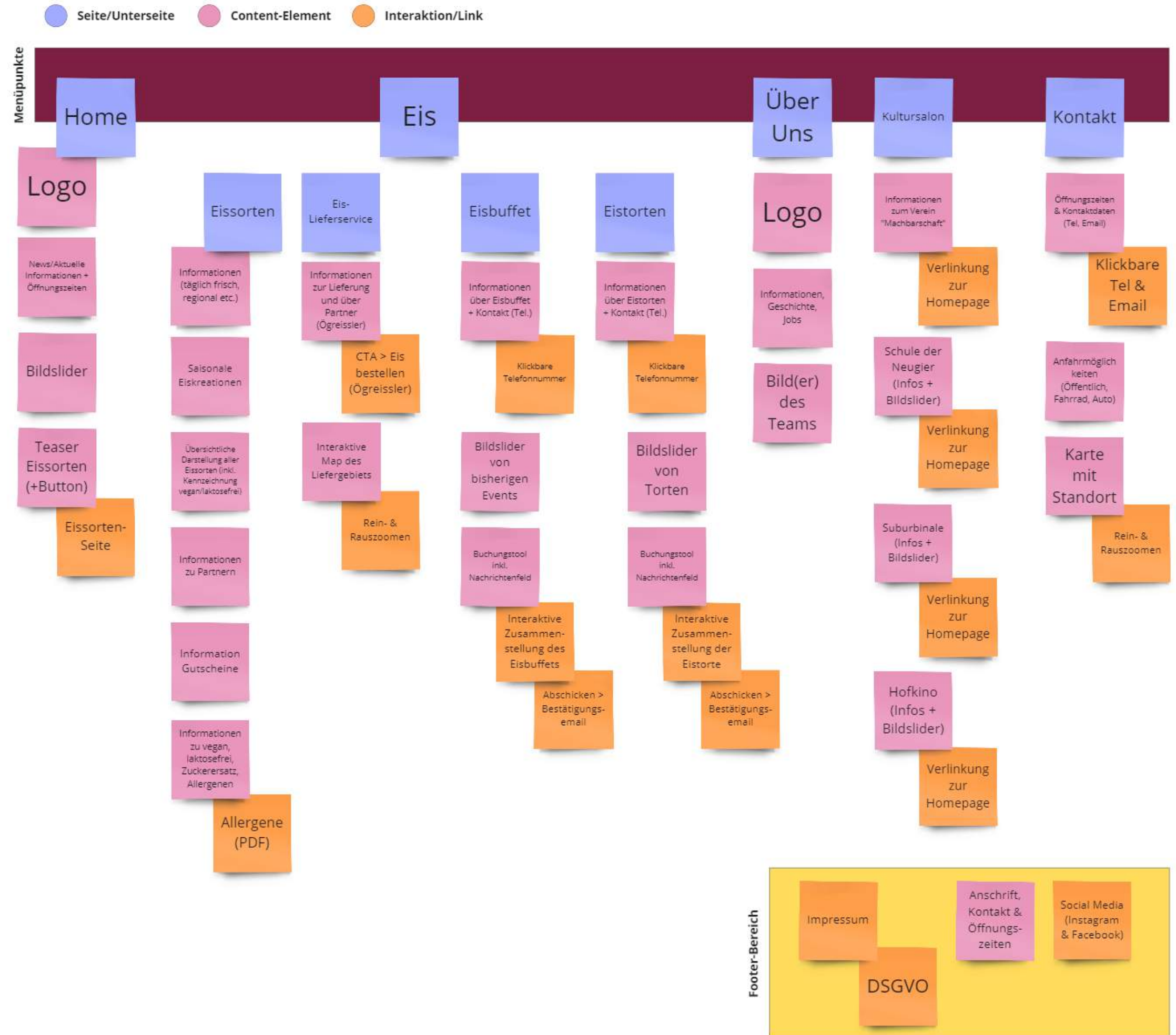
- Sitemap (aktuelle Website)
- Card Sorting (neue Website)
- Sitemap (neue Website)
- User Flows



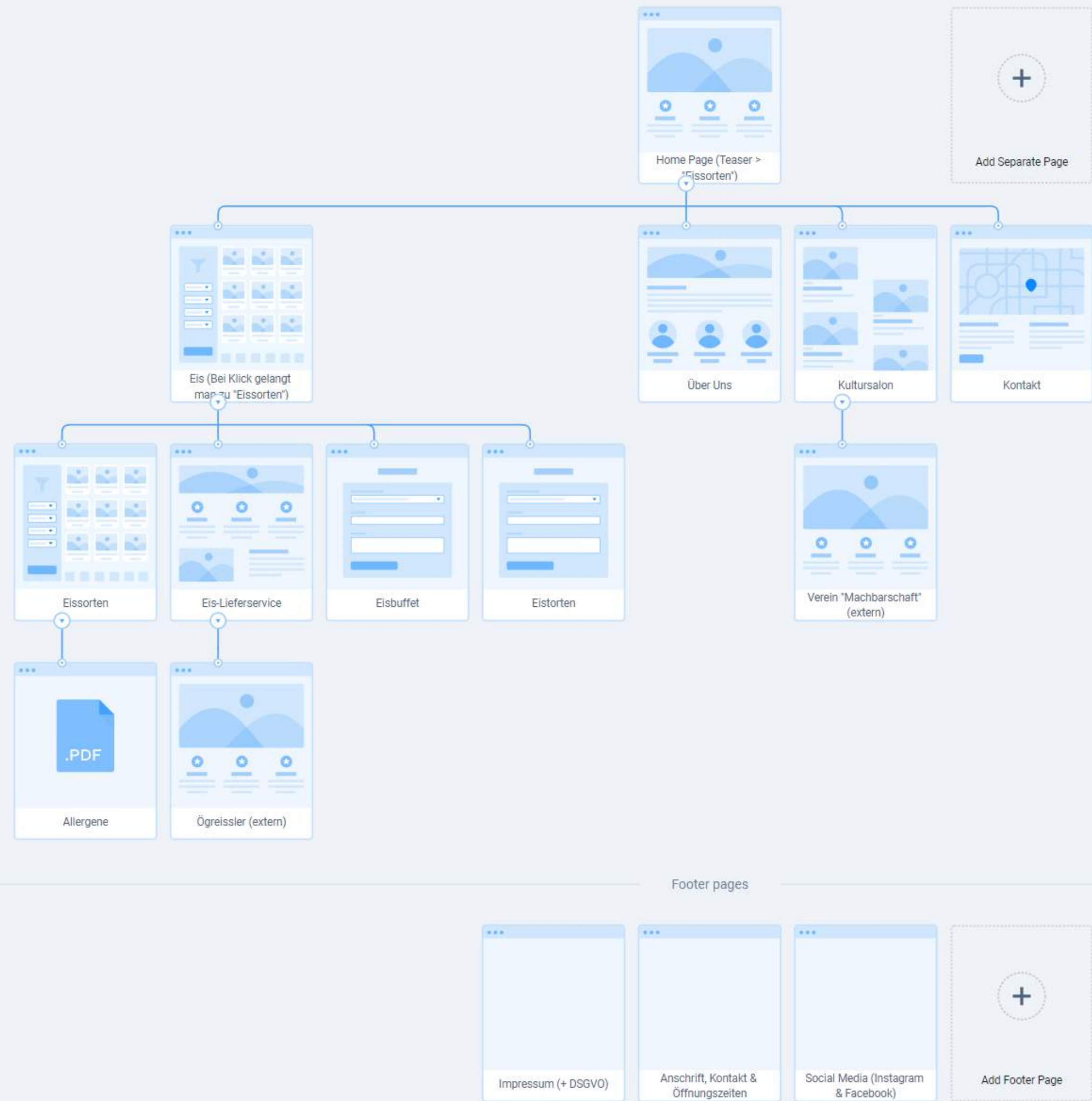
Sitemap (aktuelle Website)



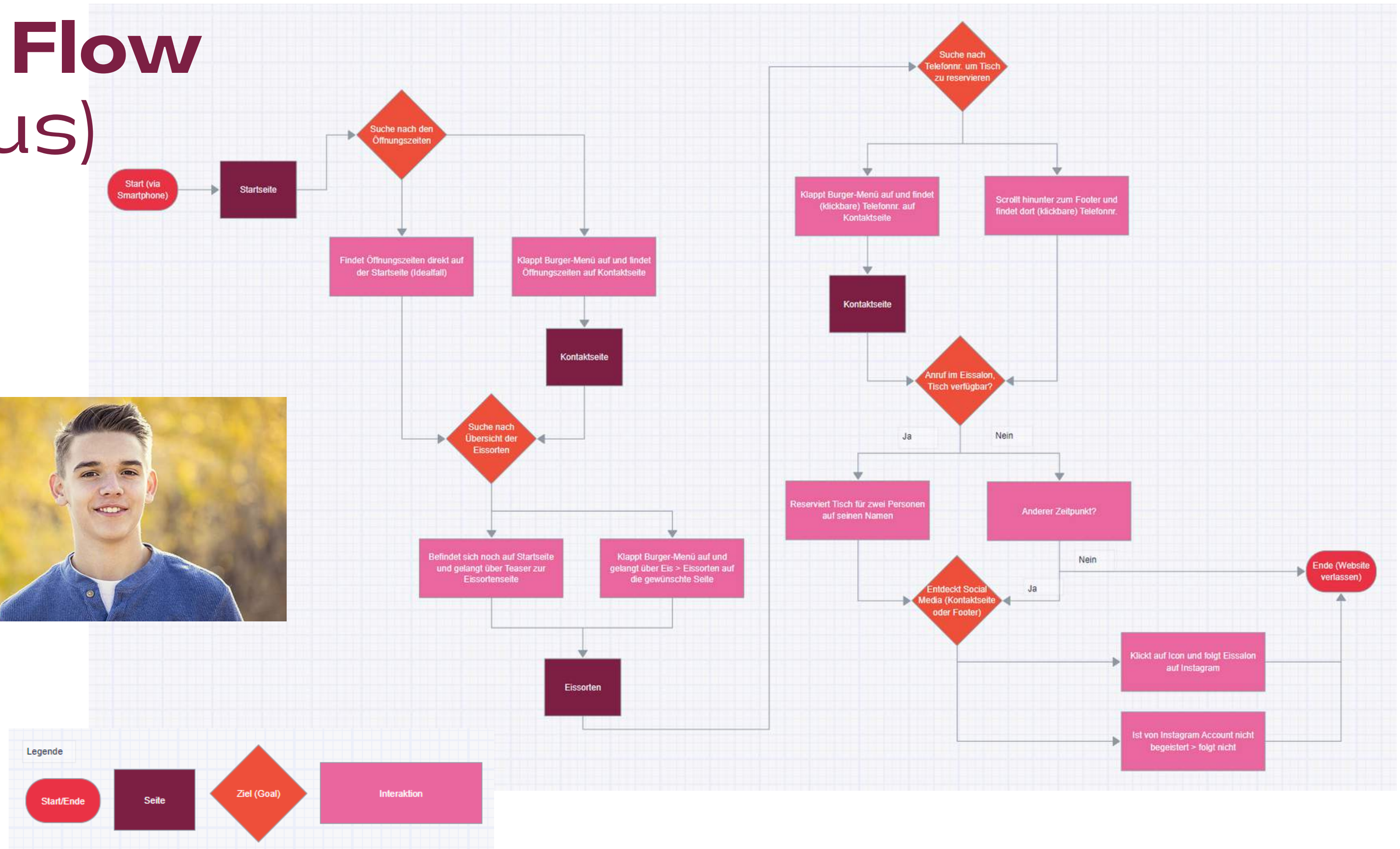
Card Sorting (neue Website)



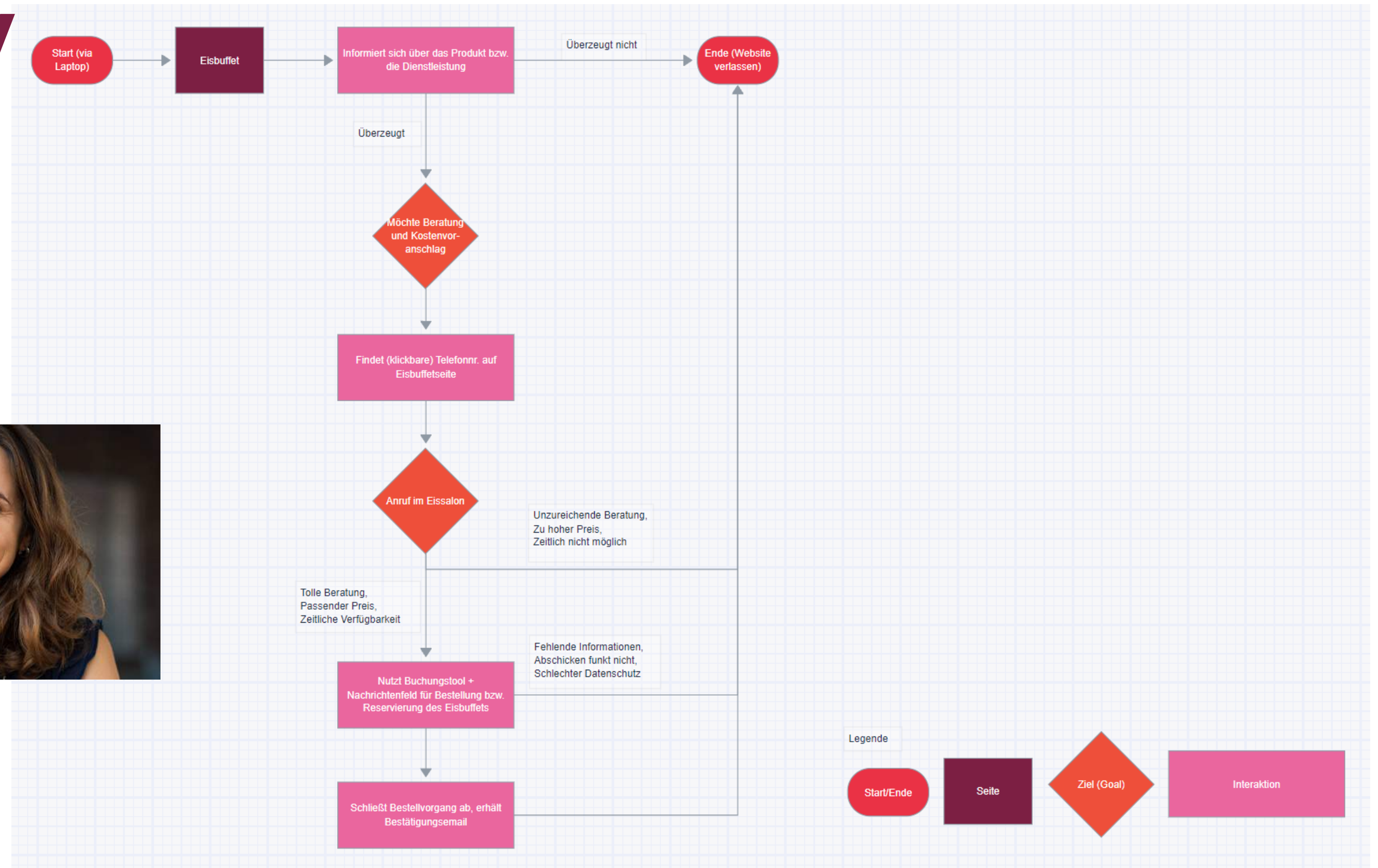
Sitemap (neue Website)



User Flow (Marius)



User Flow (Sarah)



Inhaltsverzeichnis

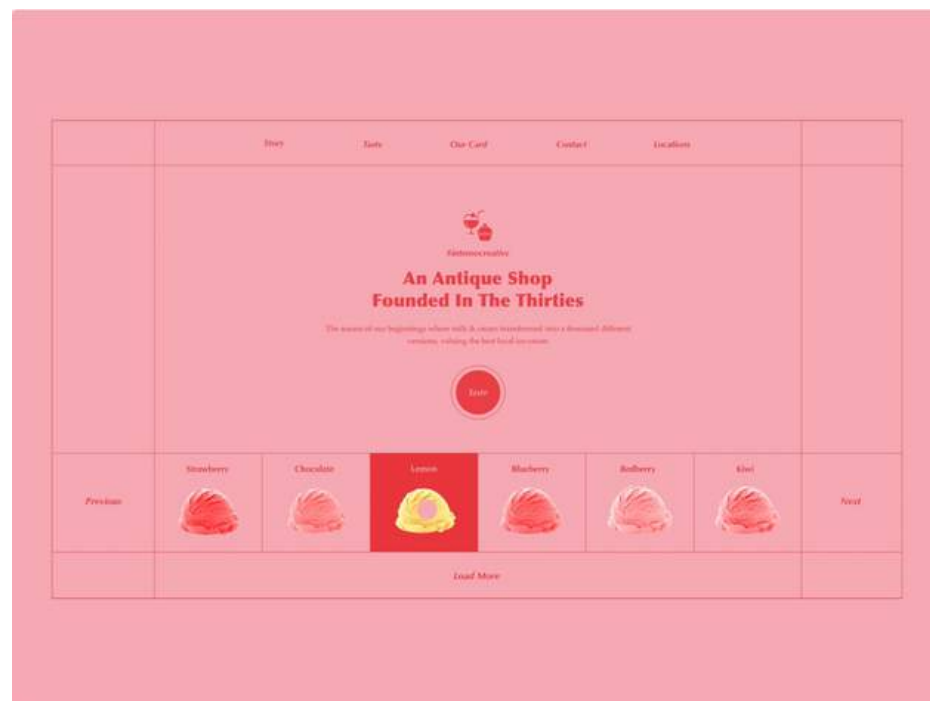
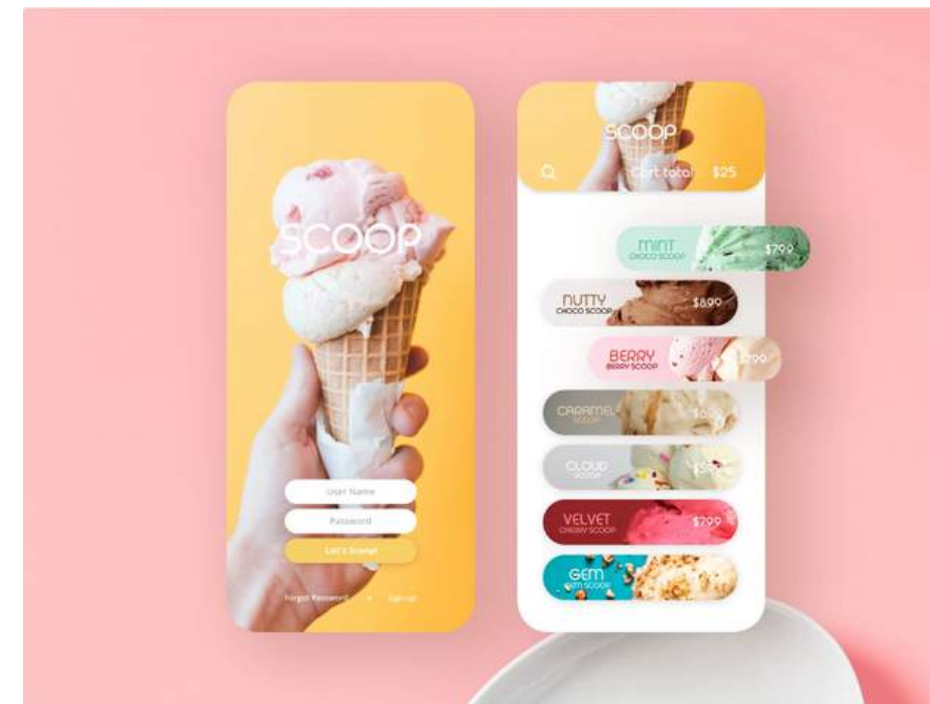
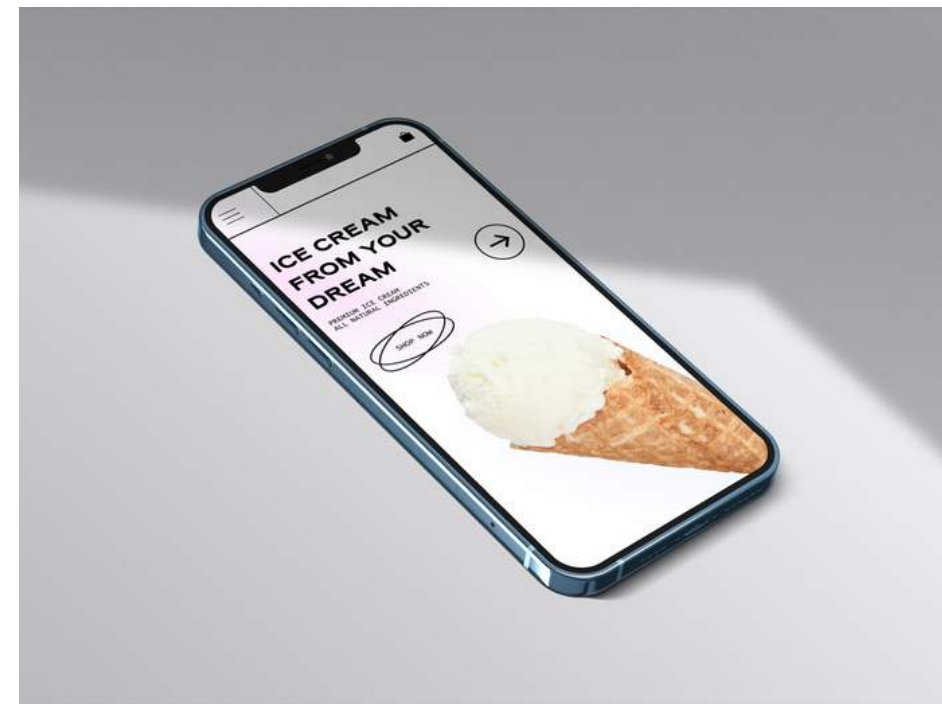
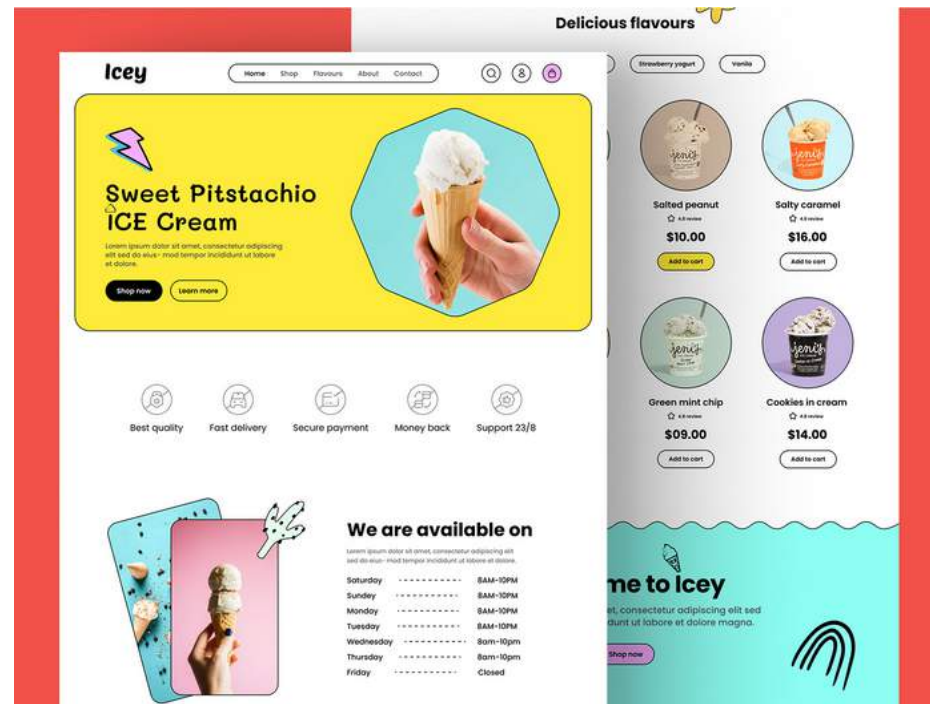
06

Design the user experience

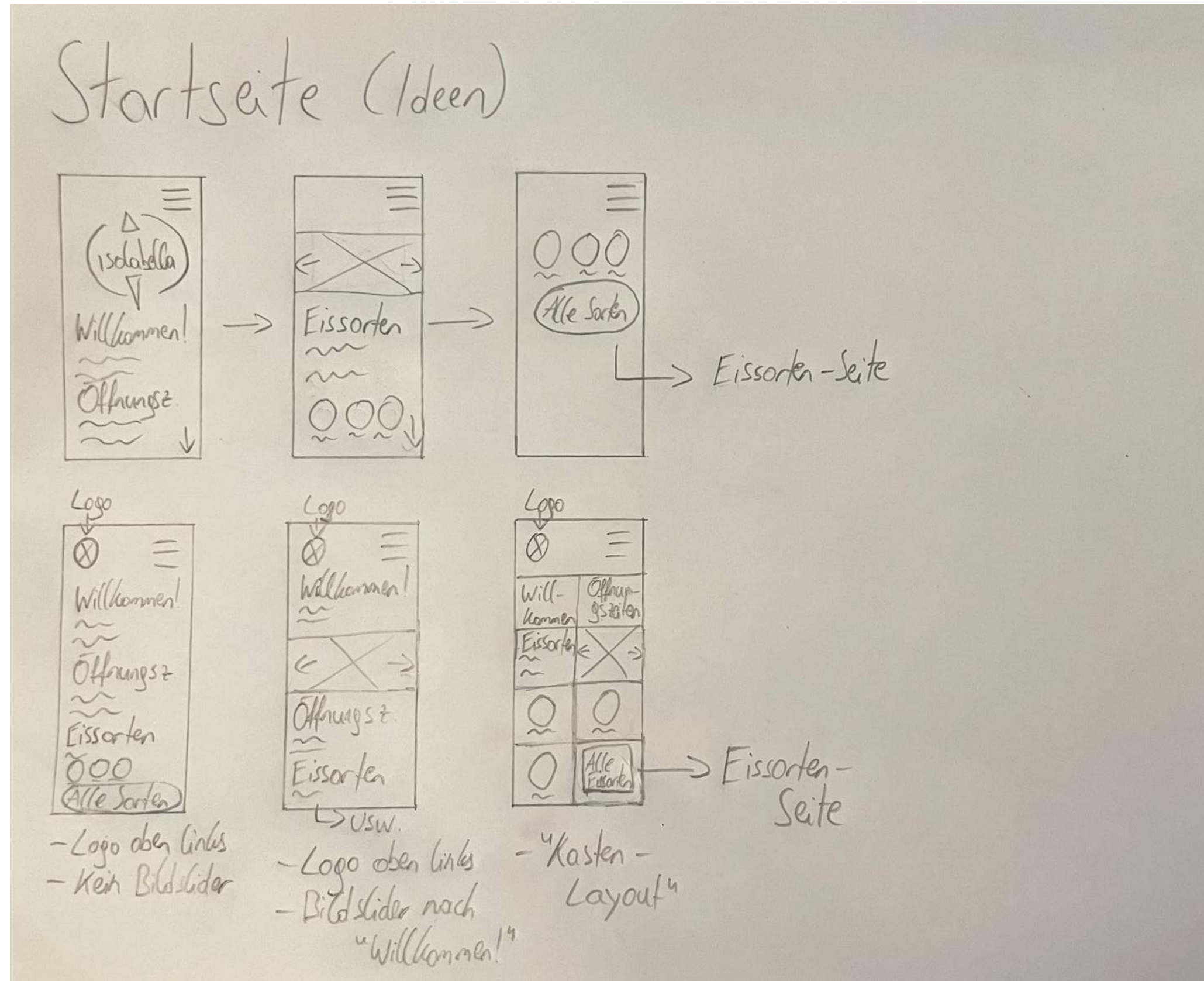
- Inspiration (andere Websites)
- Scribbles (Startseite, Kontaktseite, Eissorten-Seite)
- Papier-Prototyp (Wireframes)
- Adobe XD (klick- und scrollbar)



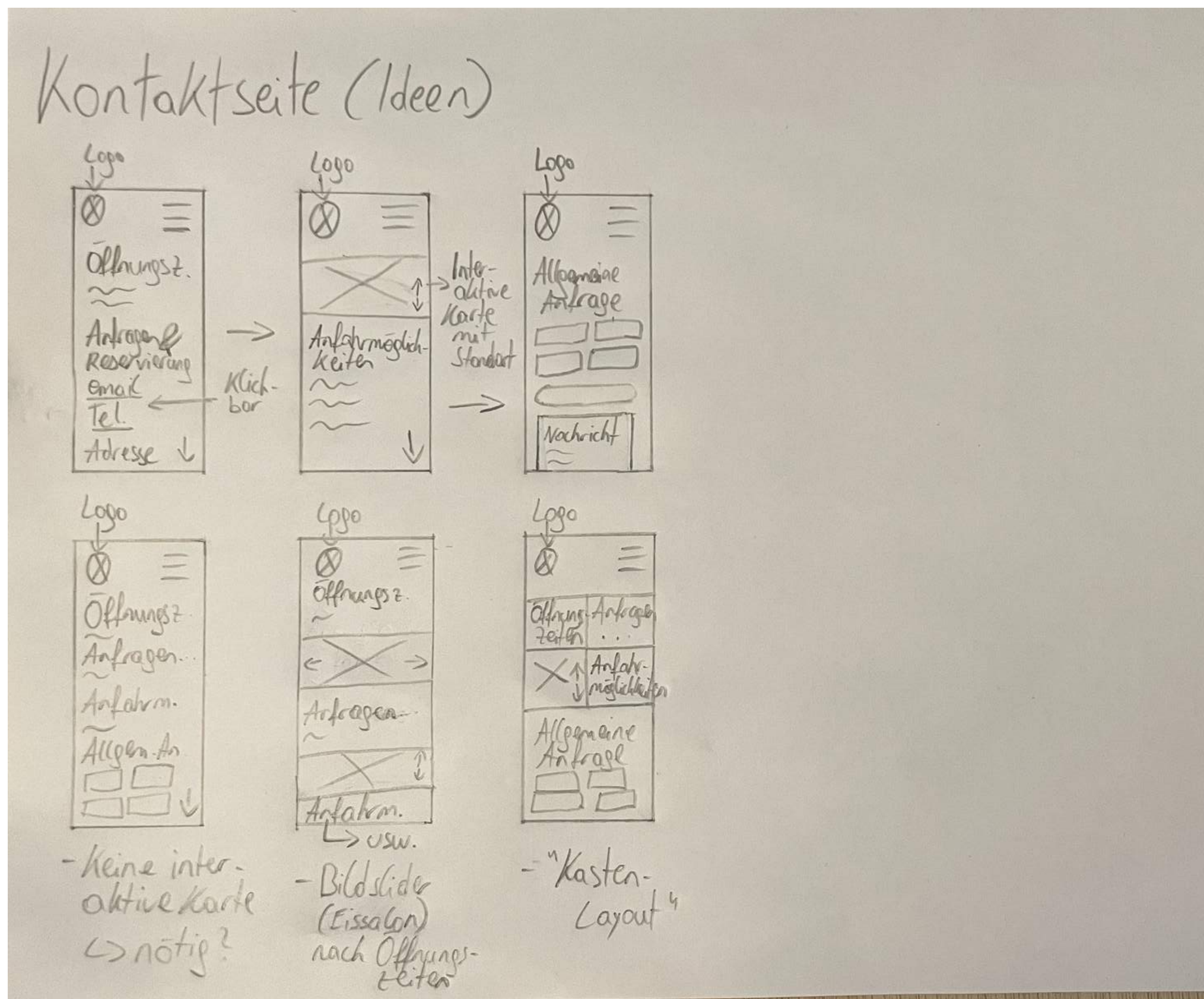
Inspiration



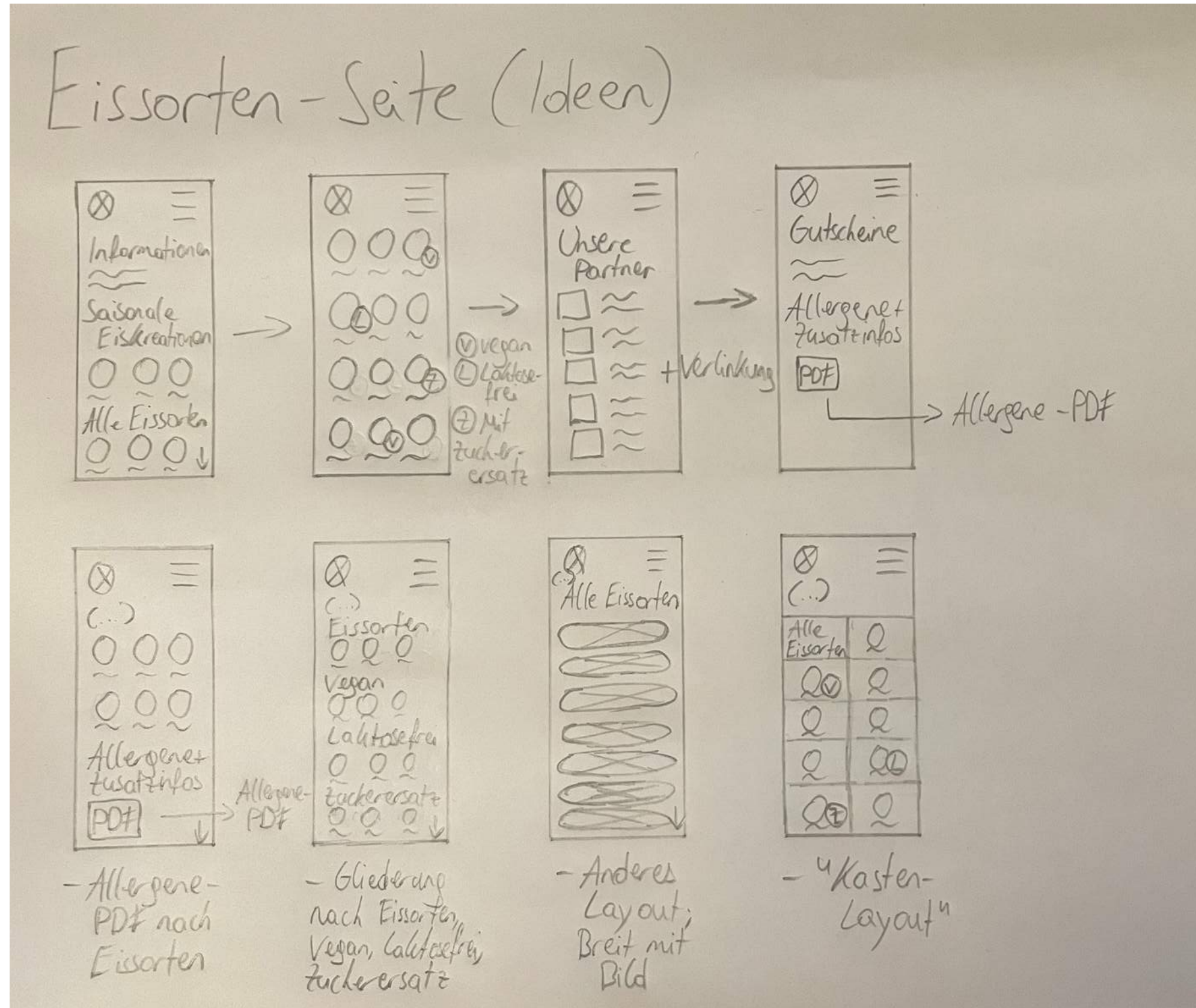
Scribbles - Startseite



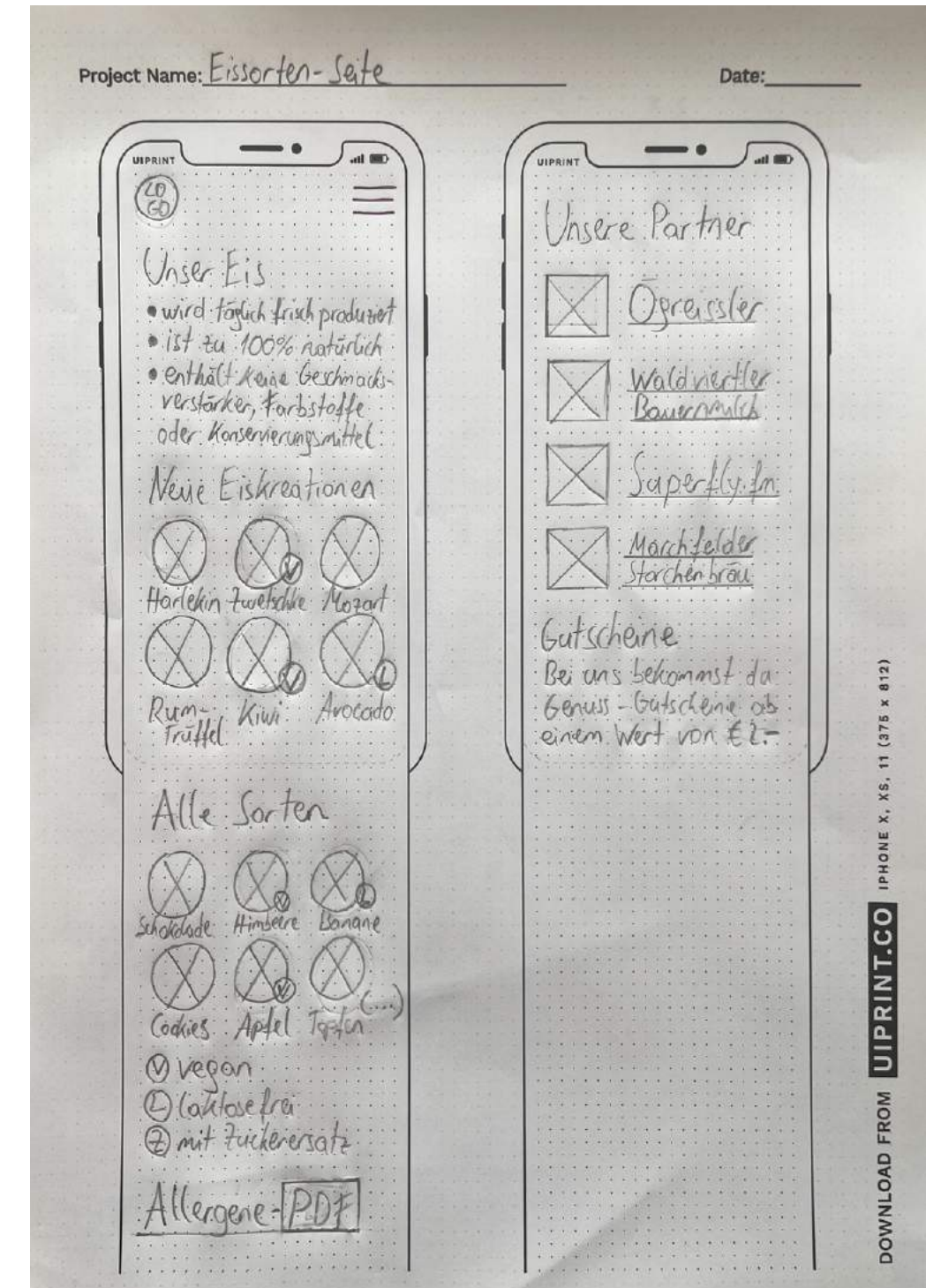
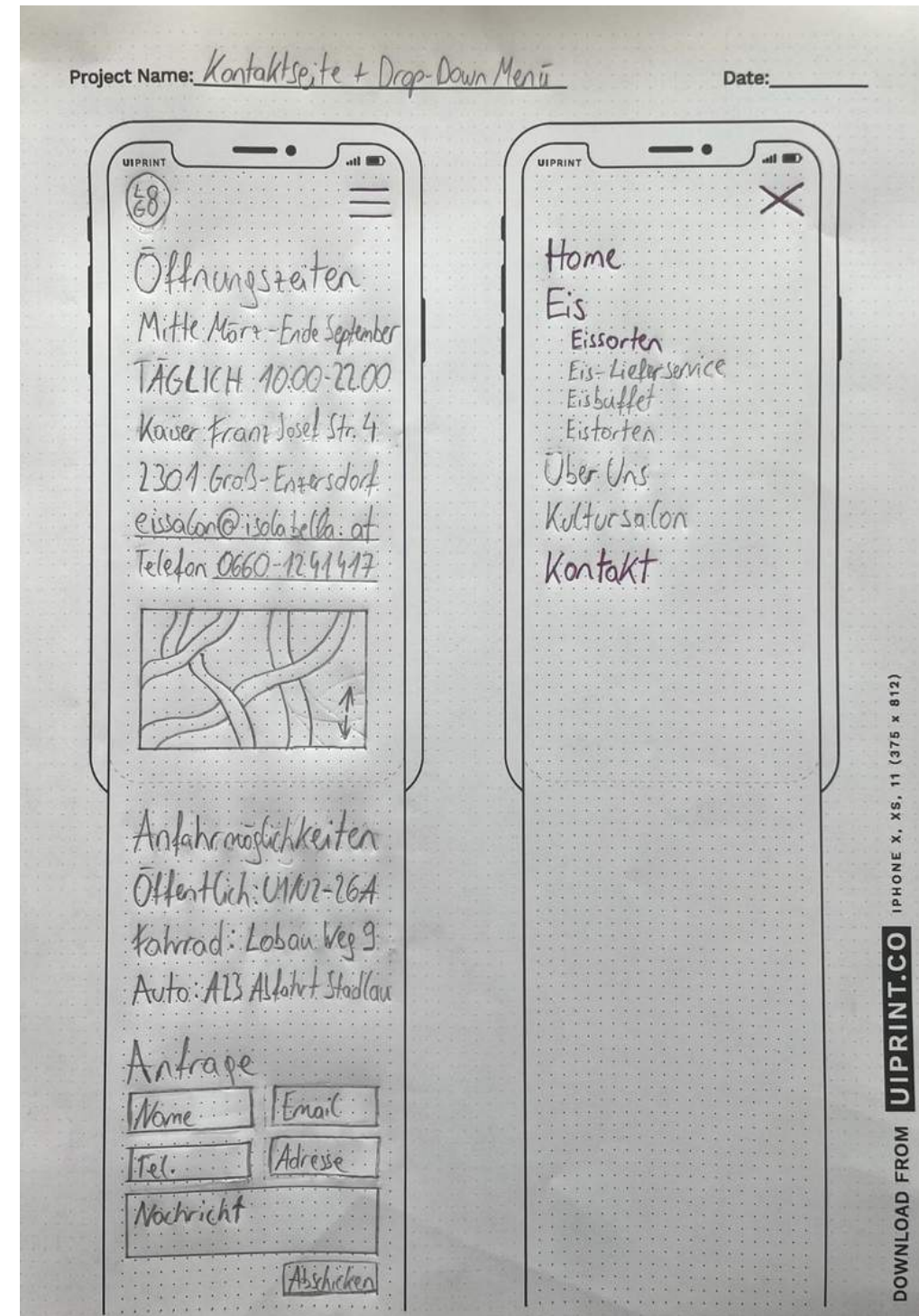
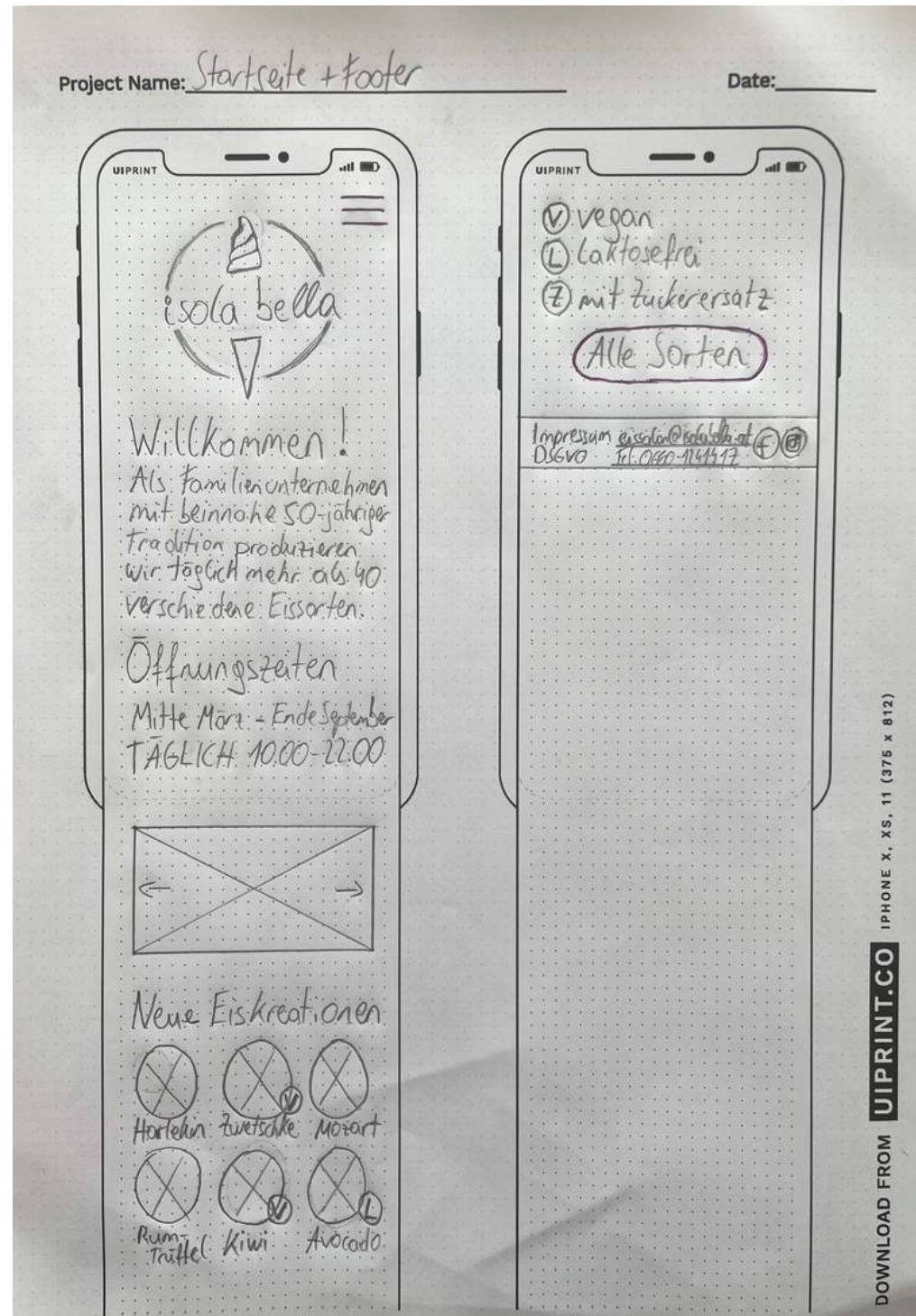
Scribbles - Kontaktseite



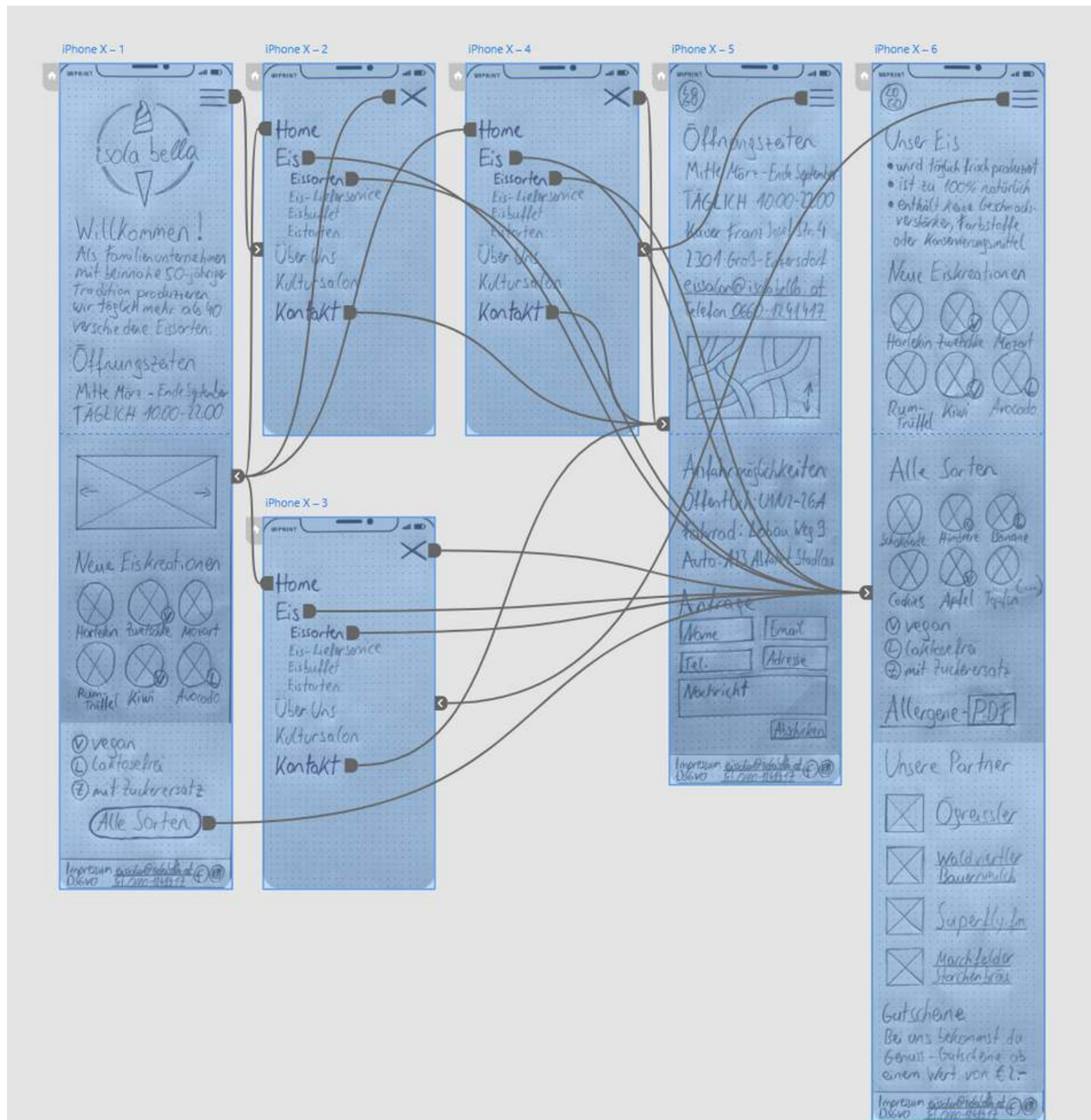
Scribbles - Eissorten-Seite



Papier-Prototyp (Wireframes)



Adobe XD (klick- und scrollbar)



Link zum klick- und scrollbaren Prototypen:

<https://xd.adobe.com/view/5f0ef18c-147a-4e1c-b30a-e01e3fd28525-0a5d/?fullscreen>

Inhaltsverzeichnis

07

Gestaltung interaktiver Komponenten

- Benötigte Komponenten
- Inspiration/Ideenfindung
- Abrundungen/Shapes
- Komponenten (+Zustände & Gridsystem)



Benötigte Komponenten

Interaktive Komponenten

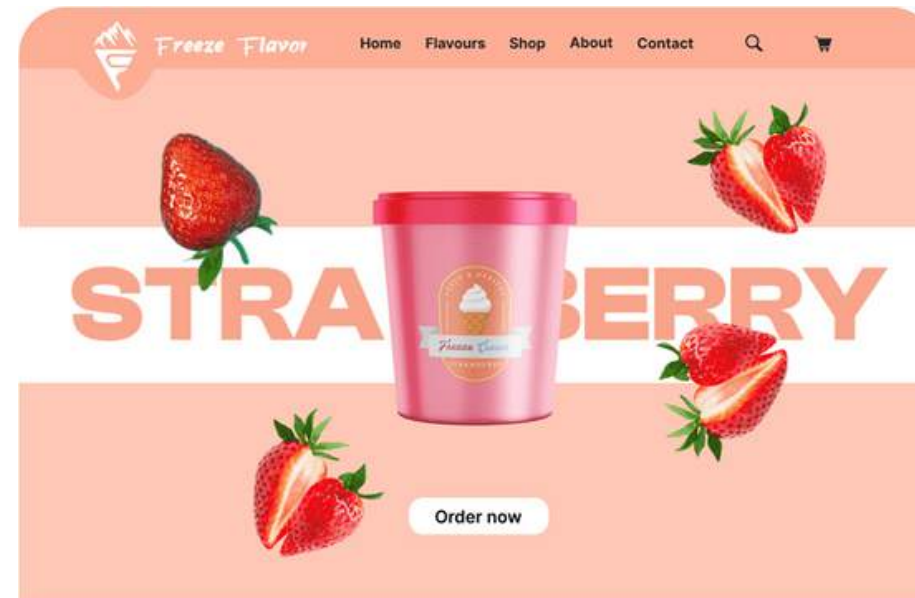
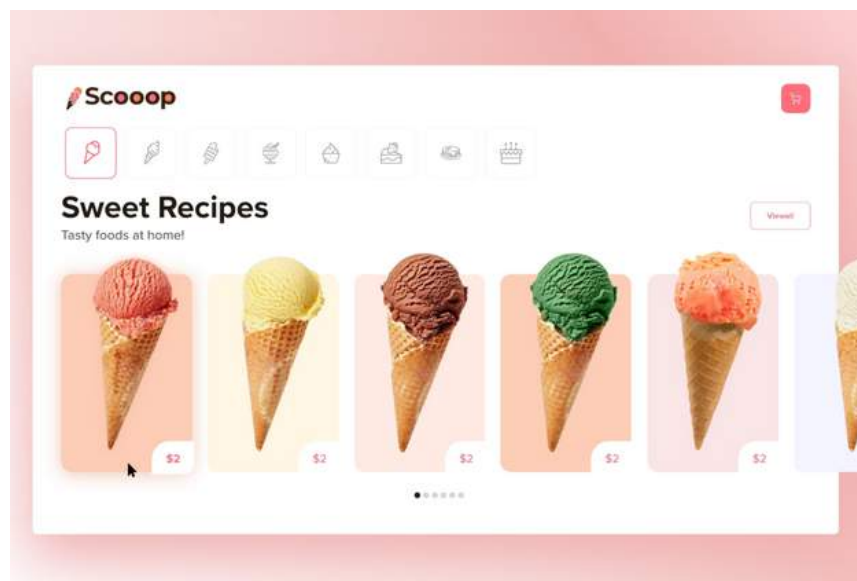
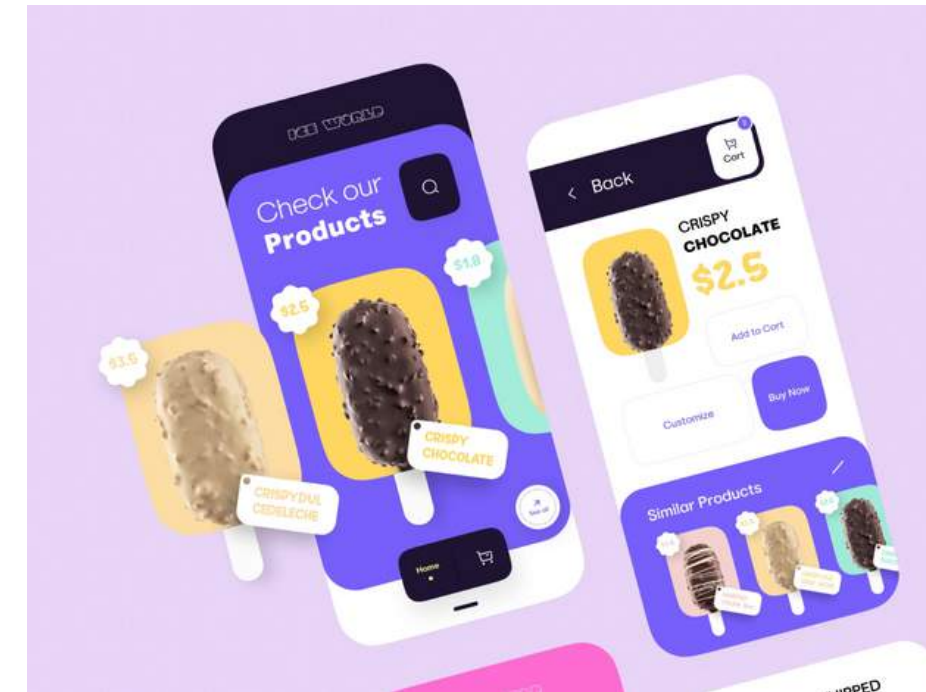
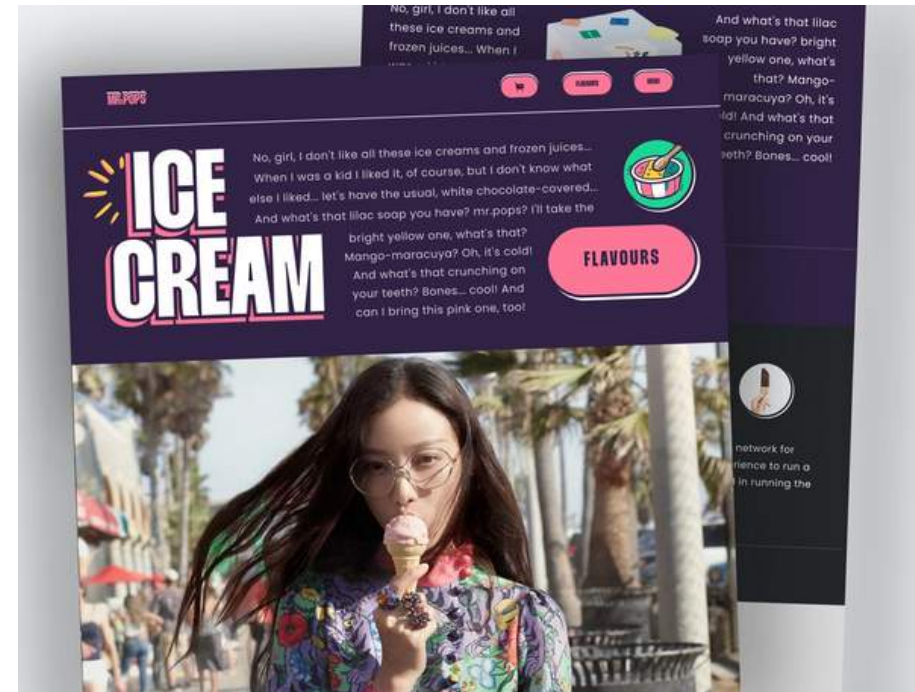
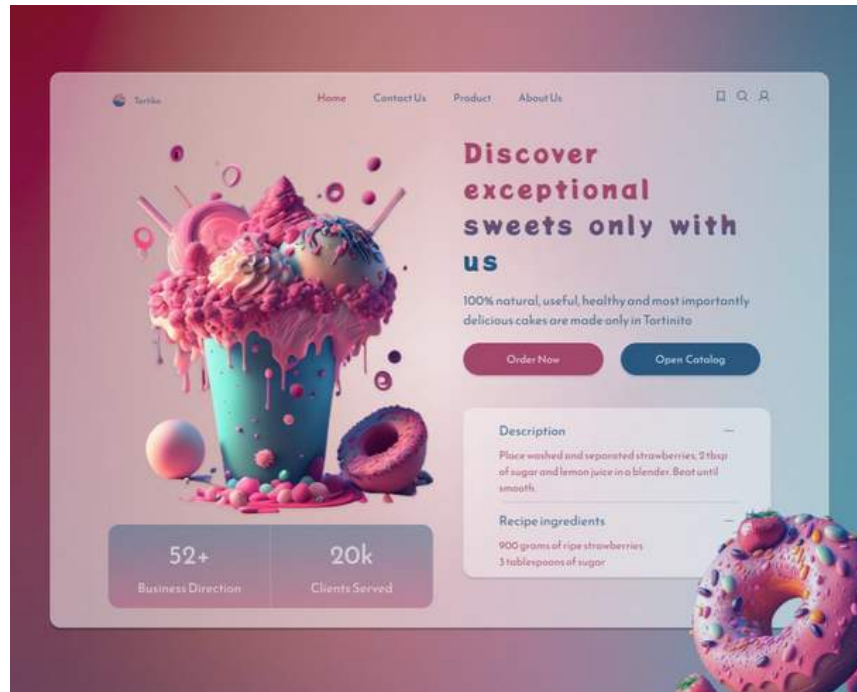
User Flow: Marius

- Burger Menü + "X"
- Pfeile nach links und rechts (Slider)
- "Alle Sorten"-Button
- Facebook und Instagram Button
- Pfeile nach oben und unten (Karte)
- Kontaktanfrage (Texteingabe)
- "Senden"-Button
- "Allergene-PDF"-Button

Gesamte Website (Zusätzliche Komponenten)

- "Eis-Bestellen"-Button
- Eisbuffet-Buchungstool (Auswahl > Checkboxes, Date Picker und Texteingabe)
- Eistorten-Buchungstool (Auswahl > Checkboxes, Date Picker und Texteingabe)
- "Danke für die Bestellung"-Alert

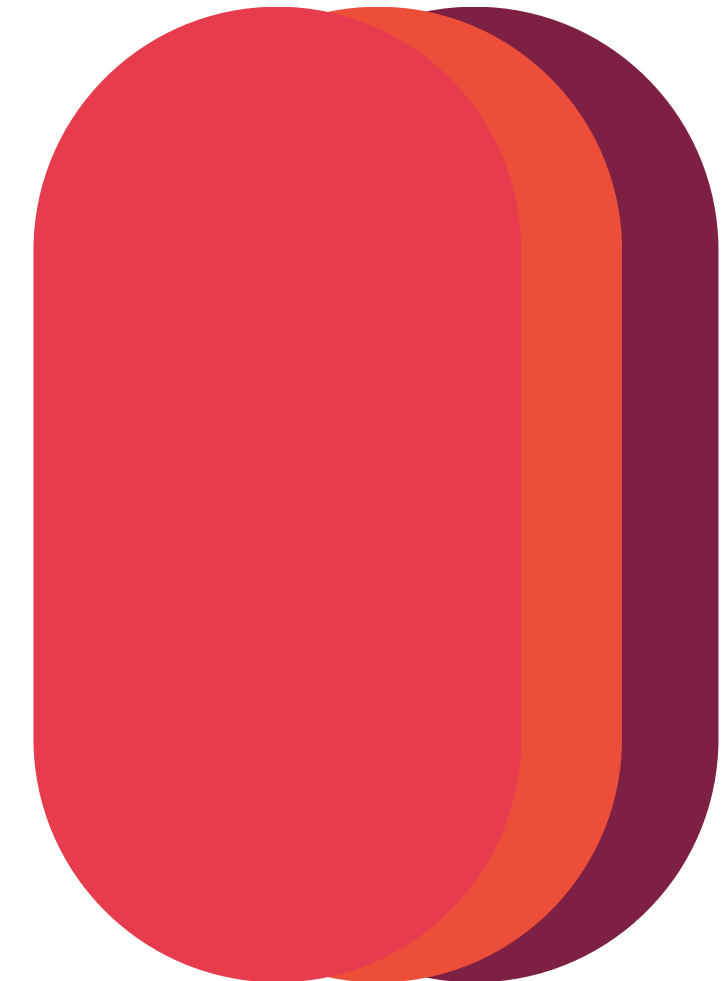
Inspiration/Ideenfindung



Abrundungen/Shapes

Entscheidung zu Rundungen

Basierend auf der neuen Designwelt von Isola Bella wurde sich im Rahmen der Komponenten für runde Shapes entschieden. Der Grund dafür ist einerseits, dass Rundungen mit allen Elementen des Designs (Logo, Bilderwelt, 2D-Elemente usw.) optimal harmonisieren, andererseits verkörpern Rundungen diverse Werte von Isola Bella wie Freundlichkeit, Lebensfreude und soziales Engagement. Darüber hinaus besitzen viele Dinge rund um das Thema Eis (beispielsweise Eiskugeln) "von Natur aus" Rundungen, wodurch die Entscheidung für runde Komponenten nochmals bestätigt wird.



Komponenten (+Zustände & Gridsystem)

UI Style Guide - Isola Bella
Designed By Oliver Königstedt

1 COLOR SWATCH



2 TYPOGRAPHY

Logo Font: **Isola Bella**
Gothiks Round Book

Paragraph Font: **Fließtext**
TT Norms Regular

Display/Heading Font: **Täglich frisch!**
Menco Bold / Menco Bold Italic

Headings	Font Weight	Bold	Line Spacing	Character Spacing	
H1-60px			72px	16	
H2-48px			61px	16	
H3-40px			58px	16	
H4-30px			44px	16	
H5-24px			38px	16	
H6-18px			29px	16	

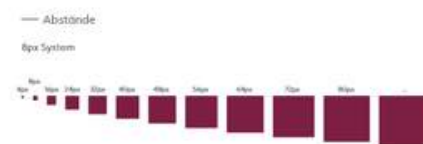
Paragraph: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

Pointers:

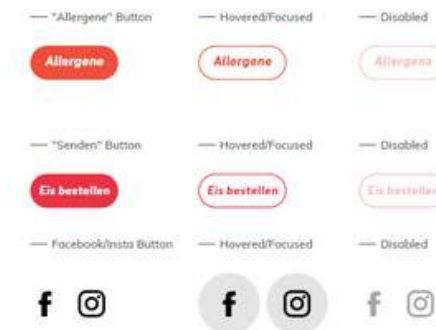
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit

3 GRID SYSTEM

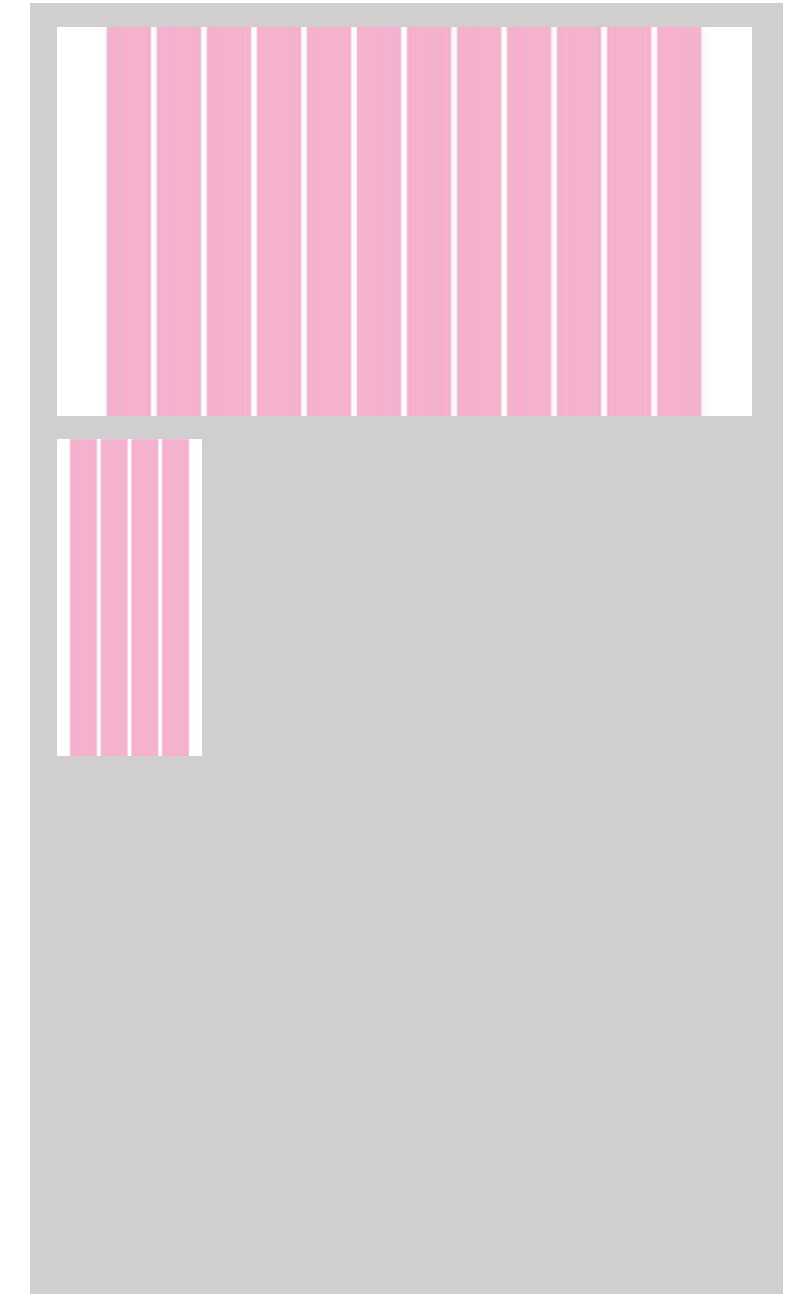
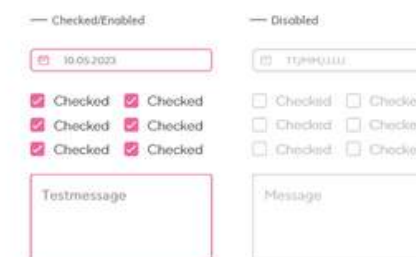
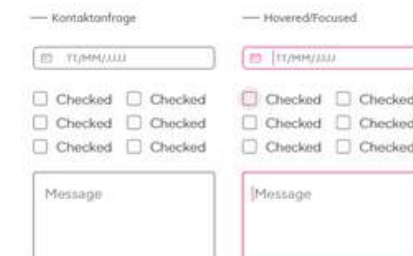
Spalten: Web: 12 Spalten (siehe rechts), Mobile: 4 Spalten (siehe rechts)



4 KOMPONENTEN



"Danke für die Bestellung" Alert: Danke für die Bestellung! X



<https://xd.adobe.com/view/0f4a68fa-d105-49ef-9e72-dac6e570b635-5a19/>

Inhaltsverzeichnis

08

User-Tests

- Aufbau und Ablauf
- Aufgabe
- Feedback/Ergebnis



Aufbau und Ablauf

Usability-Test und User-Befragung

Es wurden zwei Proband:innen zur Erstversion des Hi-Fi Prototypen befragt. Dabei wurden beide Proban:innen damit beauftragt eine Aufgabe (siehe nächste Folie) sowohl in der mobilen Version, als auch in der Desktop-Version des Prototypen zu lösen. Während des Testvorgangs wurden die Proband:innen dazu angehalten stetig ihre Gedanken hinsichtlich des Designs und der Usability der Prototypen laut zu schildern (Thinking Aloud Methode). Um die Ergebnisse optimal festzuhalten wurden laufend Notizen gemacht. Dieses Feedback wurde anschließend sorgfältig in die beiden Prototypen eingearbeitet.

Nachdem die Optimierungen erfolgt waren testeten die beiden Proband:innen das System erneut und bewerteten sowohl den Mobile-Prototypen als auch den Desktop-Prototypen anhand des SUS-Fragebogens. Dadurch konnten zwei Werte (Mobile & Desktop) erhoben werden, die einen gesamtheitlichen User-Eindruck des neuen (und finalen) Systems aufzeigen (siehe S. 75).

Aufgabe

Anfrage für Eisbuffet stellen

Die Aufgabe wurden anhand des Use Case's von Sarah Leitinger ausgewählt. Sie zeigt einen gesamtheitlichen User-Flow, der alle (Unter-)Seiten des neues Systems erfordert.

Aufgabe

„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 anzufragen. Nach einer kurzen Internet-Recherche stoßen Sie auf die vorliegende Website. Dort möchten Sie sich zunächst über das Angebot und den Standort 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.“

Feedback/Ergebnis

Identifiziertes Optimierungspotenzial

Hinweis: Das geschilderte Feedback bezieht sich auf die Erstversion des Prototyps. Im folgenden Prototypen (Mobile & Desktop) sind bereits alle aufgezeigten Änderungen eingearbeitet.

Allgemein

- Mehr Dynamik (Farben und Hintergrundelemente)
- Umgestaltung des Headers & Footers (Dunkel + Weiß)
- Neue Logovariante (breiter; rechteckig)
- Bildslider weiter nach oben (persönlicher) + Punkte
- Partner ohne Kreis und Schrift (aber klickbar)
- Eisbuffet Buchung zu Eisbuffet Anfrage ändern + Informationen optimieren (Schritt für Schritt)
- Eissorten sortiert (alphabetisch)

Mobile

- Burger Menü und X kleiner machen
- L (laktosefrei) gleiche Stärke wie andere Hinweise

Desktop

- 2/3 Anordnung im gesamten Prototypen
- Eissorten (Kreise bzw. Illustrationen) über große Breite
- Optimierte Größen der Pfeiltasten (Slider)

Inhaltsverzeichnis

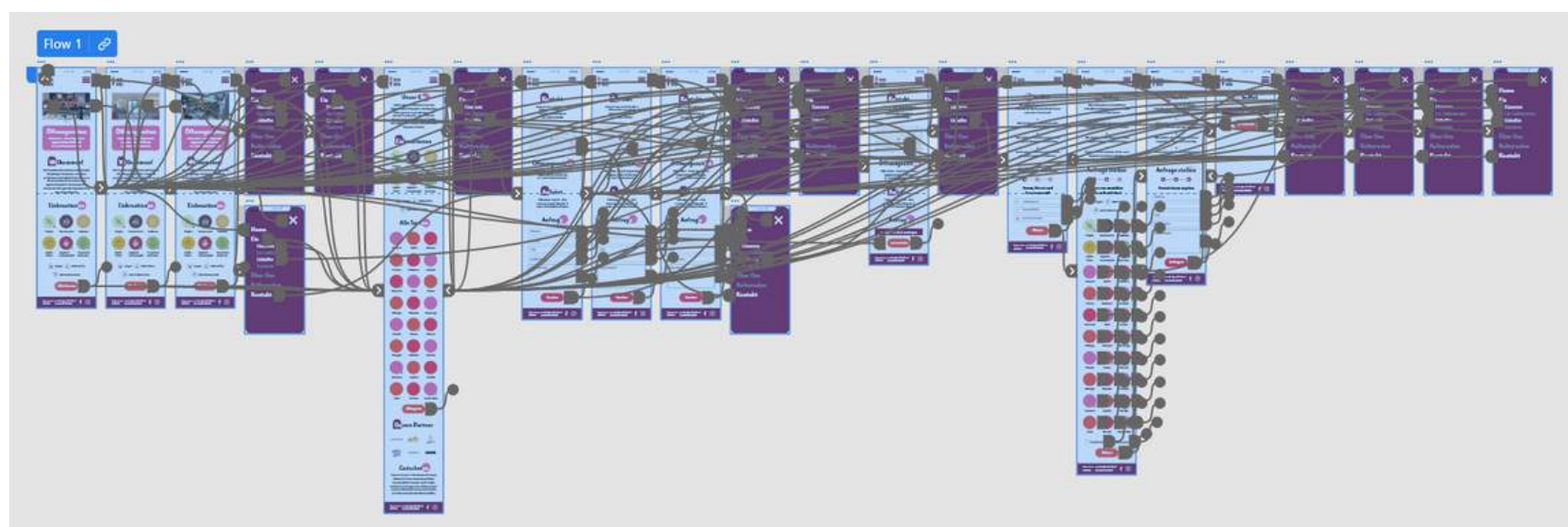
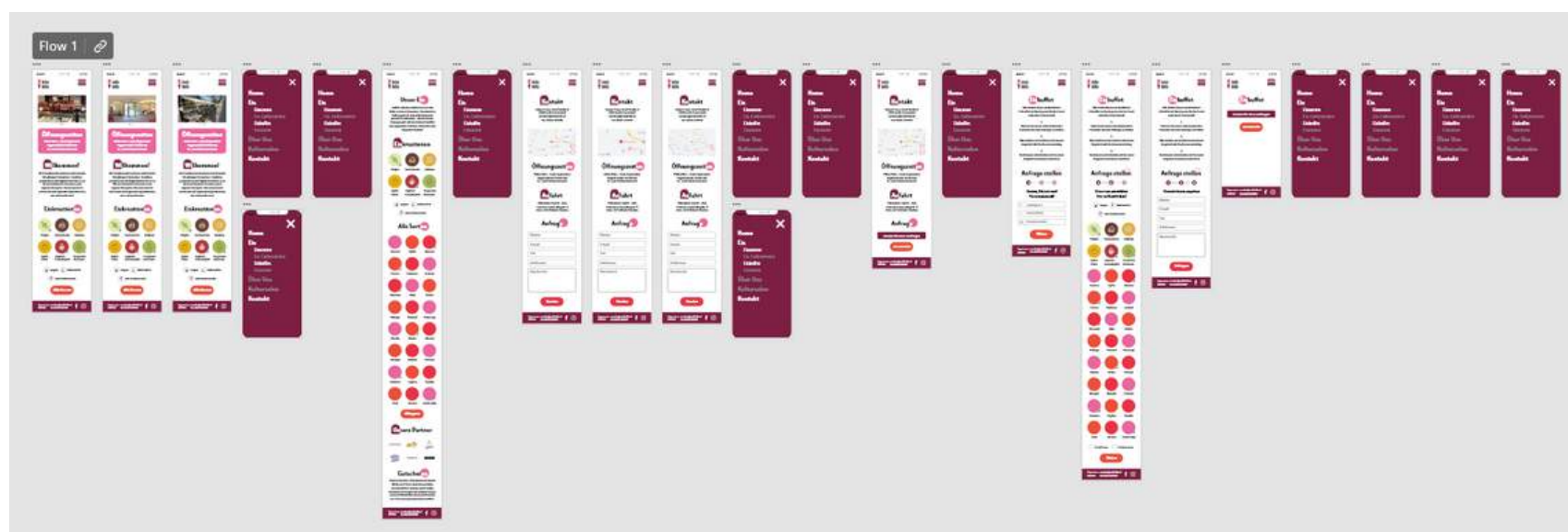
09

Hi-Fi Prototyp

- Mobile
- Desktop
- Ergebnis SUS-Fragebogen

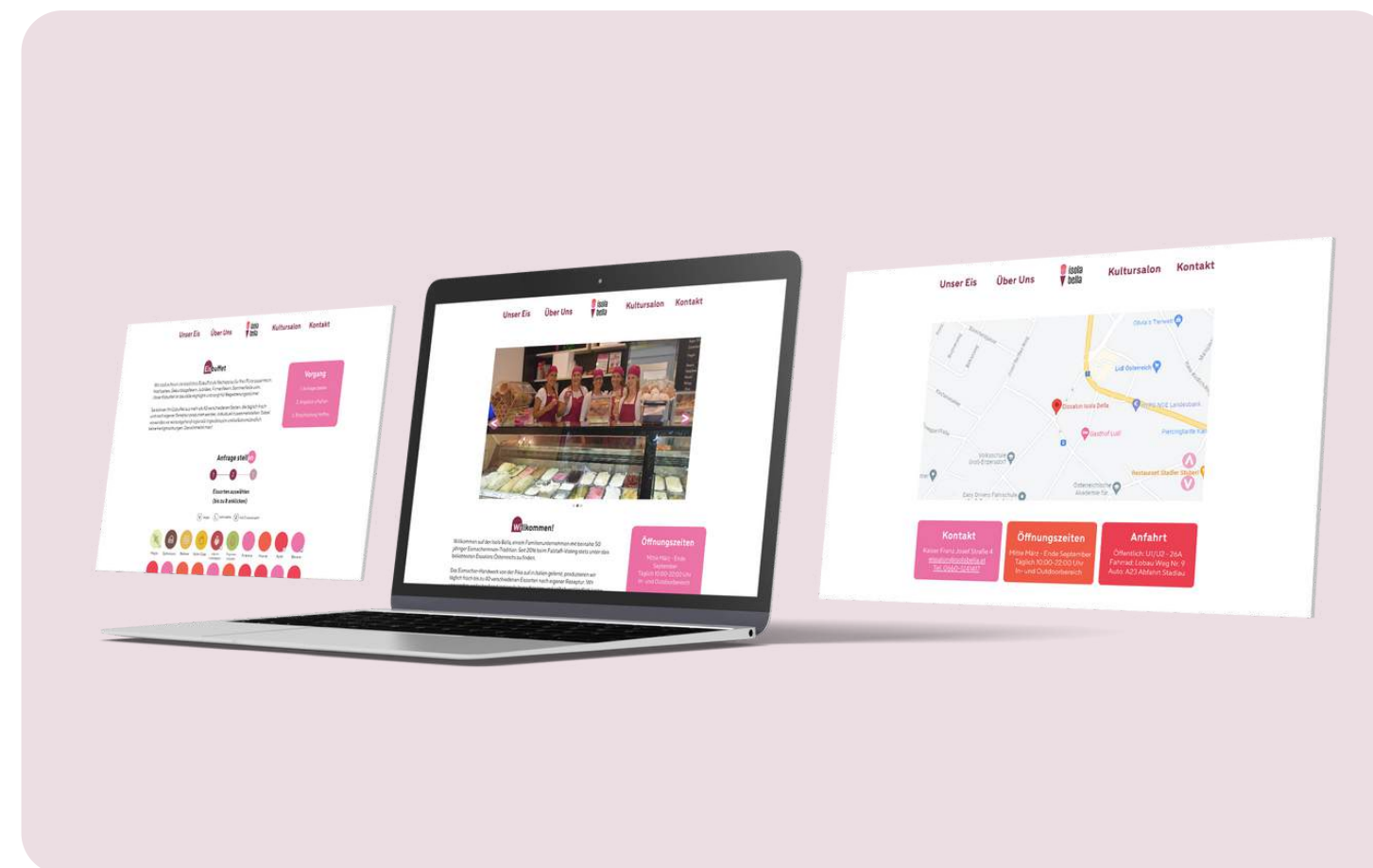
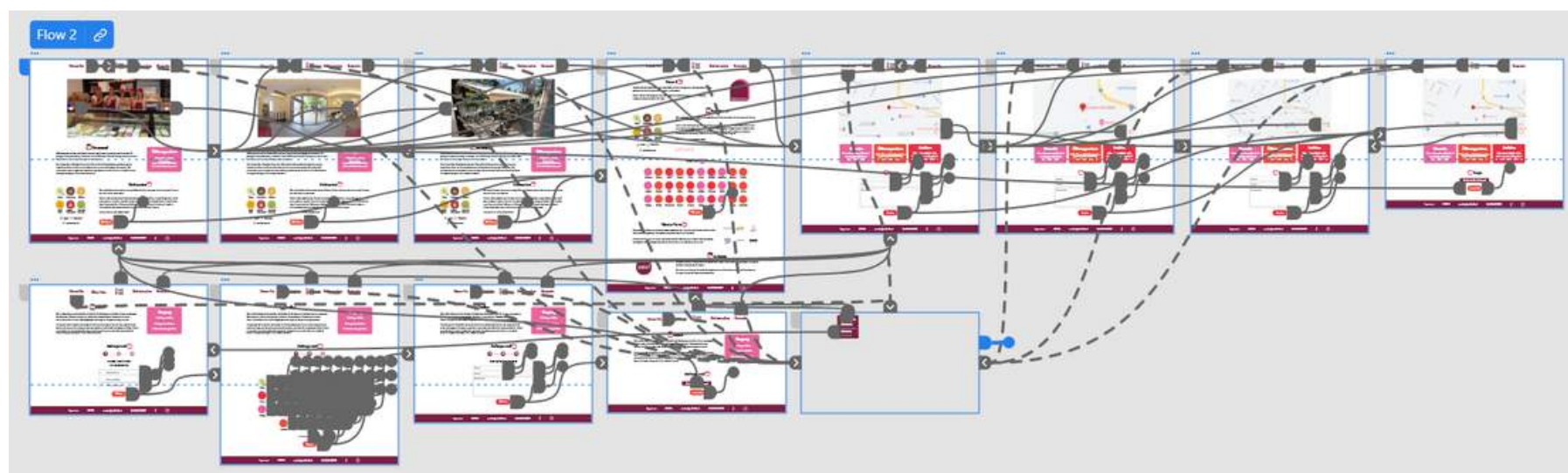
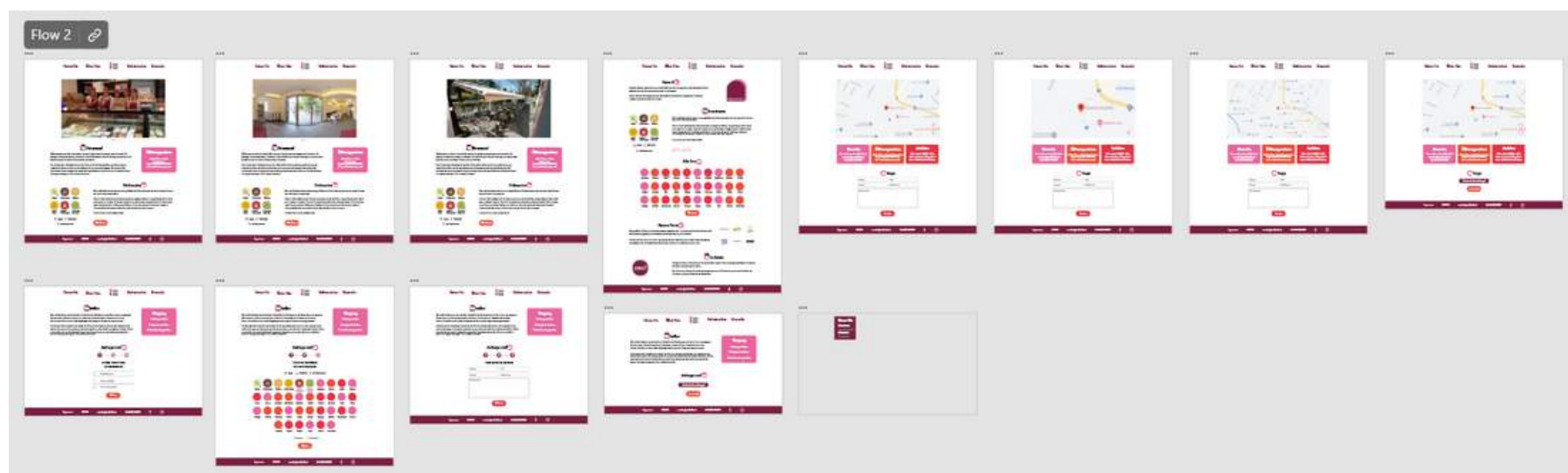


Hi-Fi Prototyp (Mobile)



<https://xd.adobe.com/view/9306790a-2b91-4401-b0b0-5f56141f874f-c655/?fullscreen>

Hi-Fi Prototyp (Desktop)



<https://xd.adobe.com/view/ce4024b0-21d1-44aa-94ab-1b2de048608a-9b13/?fullscreen>

Ergebnis SUS-Fragebogen





2023

Oliver Königstedt

UI/UX
Redesign der Website

