WEBSITE REDESIGN

Chiara Sparrer

Horvathdruck

Hersteller von Weinetiketten

INTRODUCTION

Aufgabe war es, sich eine bestehende Webiste zu suchen, um jene neuzugestalten und so optisch aufzuwerten.

Bei dem bestehendem Webauftritt handelt es sich um den des Unternehmens “Horvathdruck”. Horvathdruck gestaltet Weinetiketten für diverse Firmen, auf Wunsch auch mit Veredelungen mit Heißfolie, individuellen Stanzformen oder Sonderfarben und bietet anschließend die Möglichkeit des Druckens an.

INDEX

01 Understand the business

02 Define the Goal & plan the Webiste

03 Plan the Brand Experience

04 Plan the User Experience

05 Idea generation

06 Design the User Experience

07 Design the User Interface

08 User & Usability Testing

01

UNDERSTAND THE BUSINESS

Content Audit – Competitor Audit – Produktanalyse – Secondary Research
Alte Markenpersönlichkeit – Corporate Design Check – Personas

CONTENT AUDIT

HORVATHDRUCK - HERSTELLER VON WEINETIKETTEN

Inhalte und Funktionalitäten

- Referenzen in Form von Bildern
- Kontaktinformationen, Impressum und Öffnungszeiten
- Daten zum Druckverfahren
- Neuigkeiten

Zielgruppe

- Winzer (hauptsächlich aus dem Burgenland)
- Privatpersonen, die Weinetiketen individuell bedrucken möchten (Hochzeiten, Geburtstage etc.)

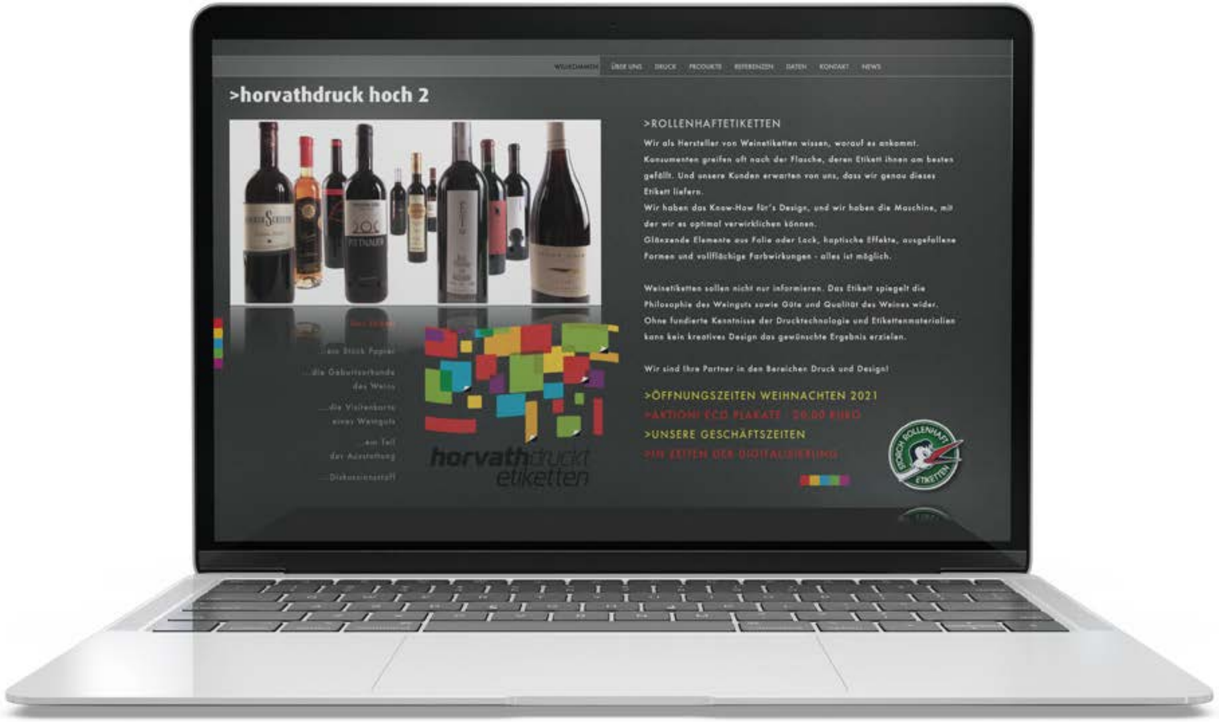
URL

http://www.horvathdruck.at

Notizen zum Design

- Texte teilweise schwer leserlich
- Willkürliche Logoplatzierung
- Unterschiedliche Logos
- Einzelne Seiten sind unterschiedlich groß
- Nicht responsive
- Texte sind abgeschnitten
- Willkürlich platzierte Elemente und gewählte Überschriften
- Fragwürdige Informationsarchitektur
- Irreführende Anordnung der Inhalte
- Einige Inhalte können nicht angezeigt werden
- Kein einheitlicher Hintergrund
- Eigenartige Aufbereitung der Bilder (Rahmen, Spiegelung etc.)

WILLKOMMEN



Header

- Navigationsleiste mit acht Menüpunkten
- Überschrift

Content

- Stimmungsbild
- Überschrift und Einleitungstext über Unternehmen und Dienstleistung
- Logo
- Verlinkungen zu Inhalten der News-Seite
- Farbpaletten als Designelement

Kein Footer

ÜBER UNS

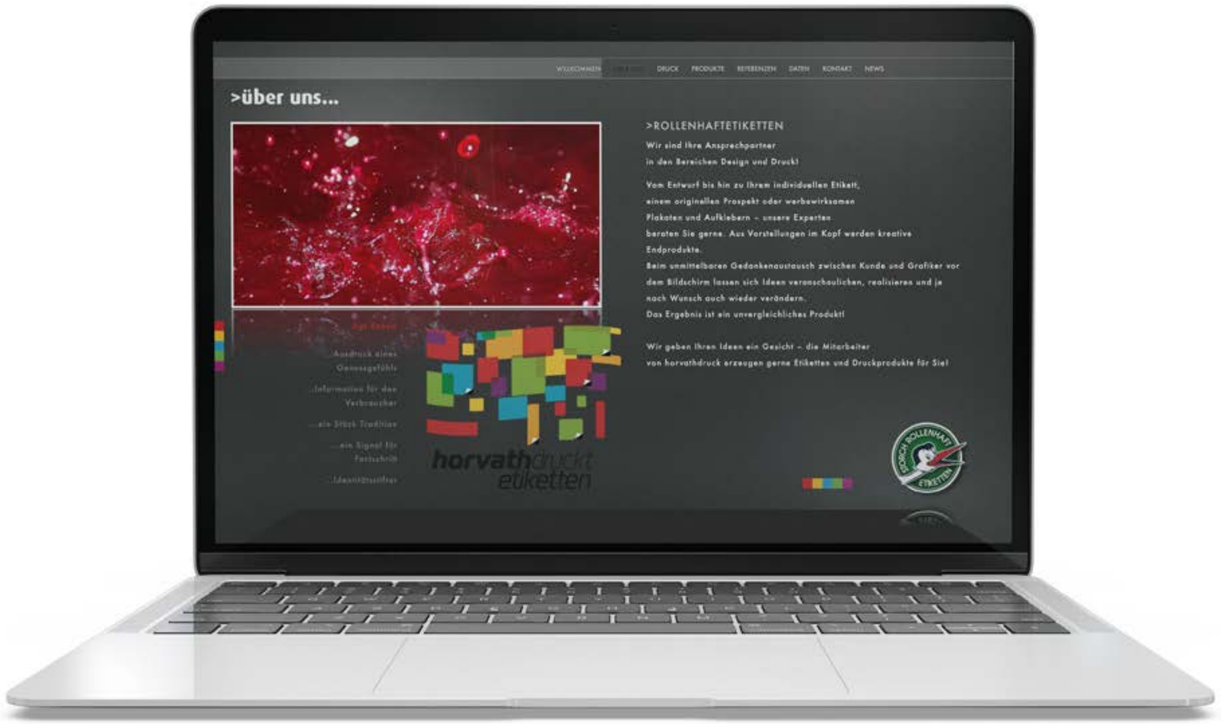
Header

- Navigationsleiste mit acht Menüpunkten
- Überschrift

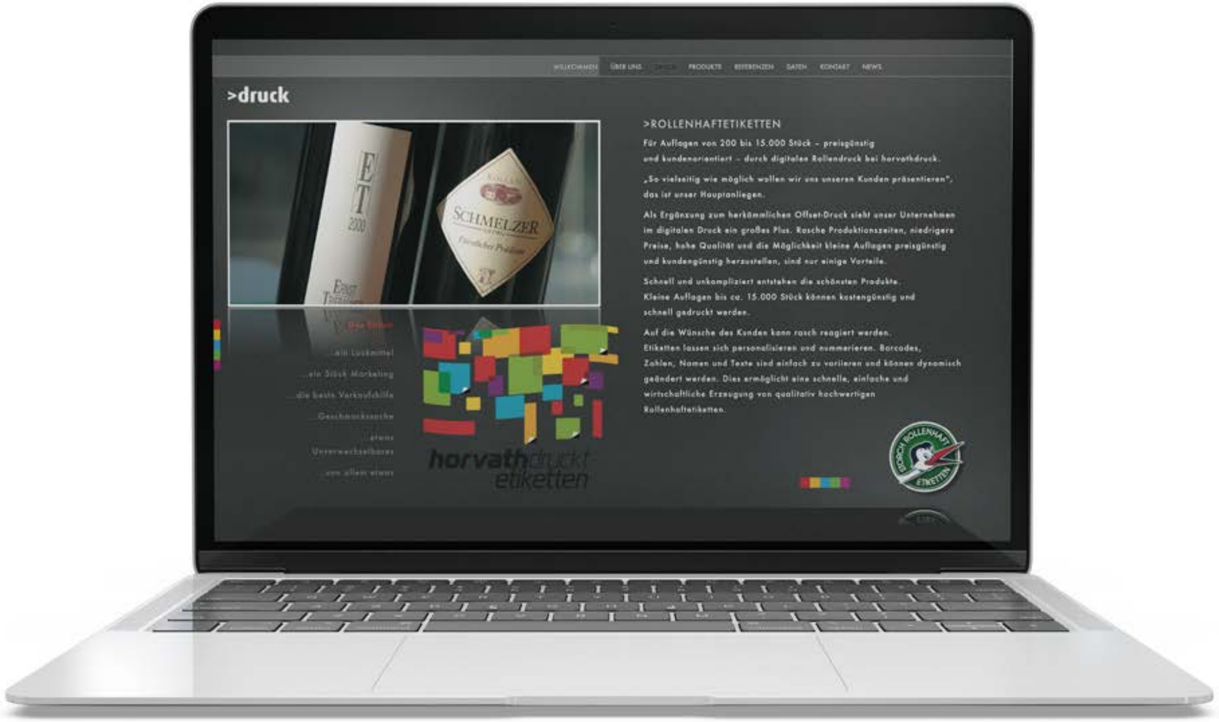
Content

- Inhalte fast ident mit denen der Willkommen-Seite
- Stimmungsbild
- Überschrift und Einleitungstext über Dienstleistung
- Logo
- Farbpaletten als Designelement

Kein Footer



DRUCK



Header

- Navigationsleiste mit acht Menüpunkten
- Überschrift

Content

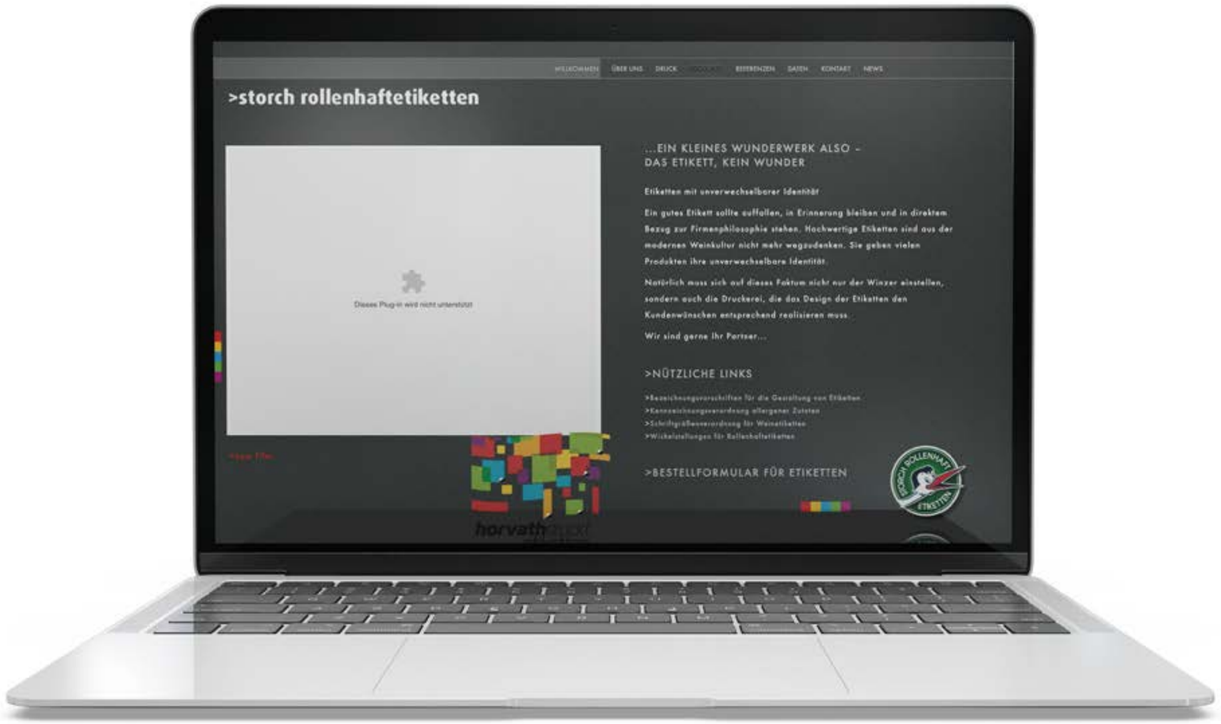
- Stimmungsbild
- Informationen zum Druck
- Logo
- Farbpaletten als Designelement

Kein Footer

PRODUKTE

Content

- Stimmungsbild
- Informationen zu Etiketten
- Verlinkungen zu Informationen der News-Seite und zum Bestellformular
- Logo
- Farbpaletten als Designelement
- Nicht unterstütztes Plug-ins



REFERENZEN

Content

- Hintergrundbild
- Informationen über Dienstleistung
- Galerie mit Referenzbilder
- Verlinkungen zu möglichen Druckarten

DATEN

Content

- Informationen über Leistungen und Druckverfahren
- Stimmungsbild
- Informationen zum Druck
- Zweifache Verlinkung zur Datenanlieferung
- Farbpaletten als Designelement

KONTAKT

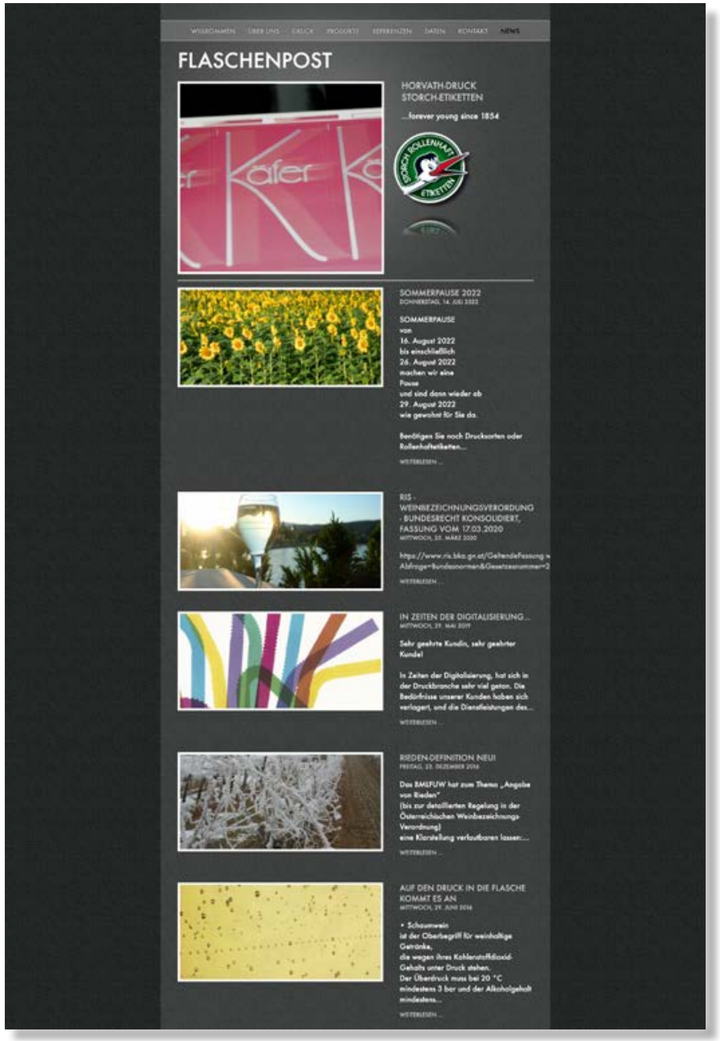
Content

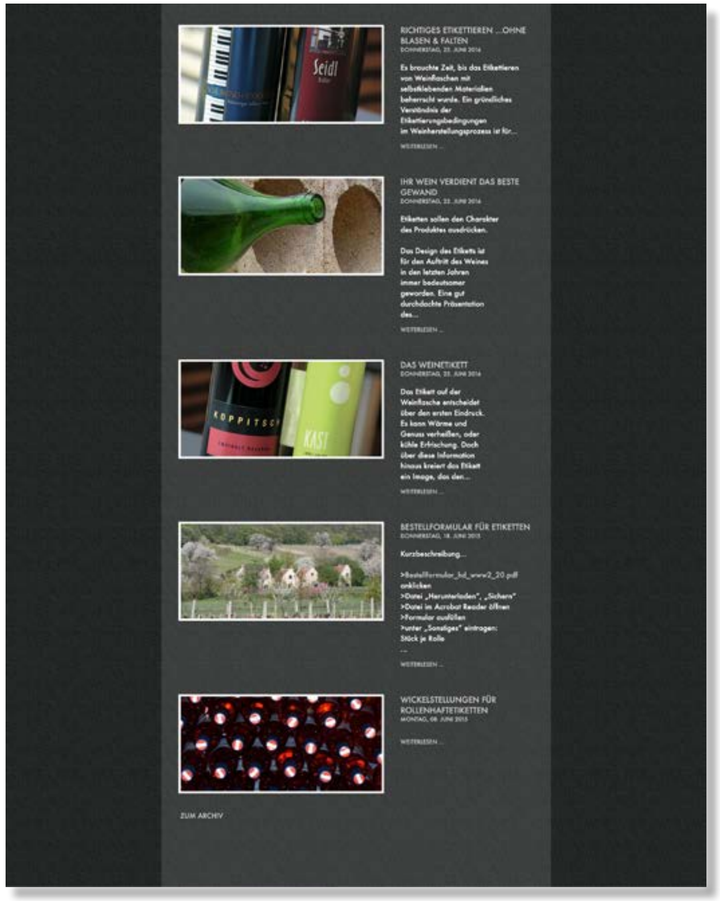
- Landkarte
- Unterschiedliche Logos
- Diverse Kontaktdaten
- Adresse
- Verlinkung zum Impressum
- Farbpaletten als Designelement

NEWS

Content

- Inhalte ziehen sich nicht über die ganze Seite
- Informationen über Leistungen und Druckverfahren
- Stimmungsbild
- Informationen über diverse Themen (Öffnungszeiten, Sommerpausen, Digitalisierung etc.)





COMPETITOR AUDIT

Kartenmachereri
www.kartenmacherei.de

Sendmoments
www.sendmoments.at

Meine Etiketten
www.meineetiketten.at

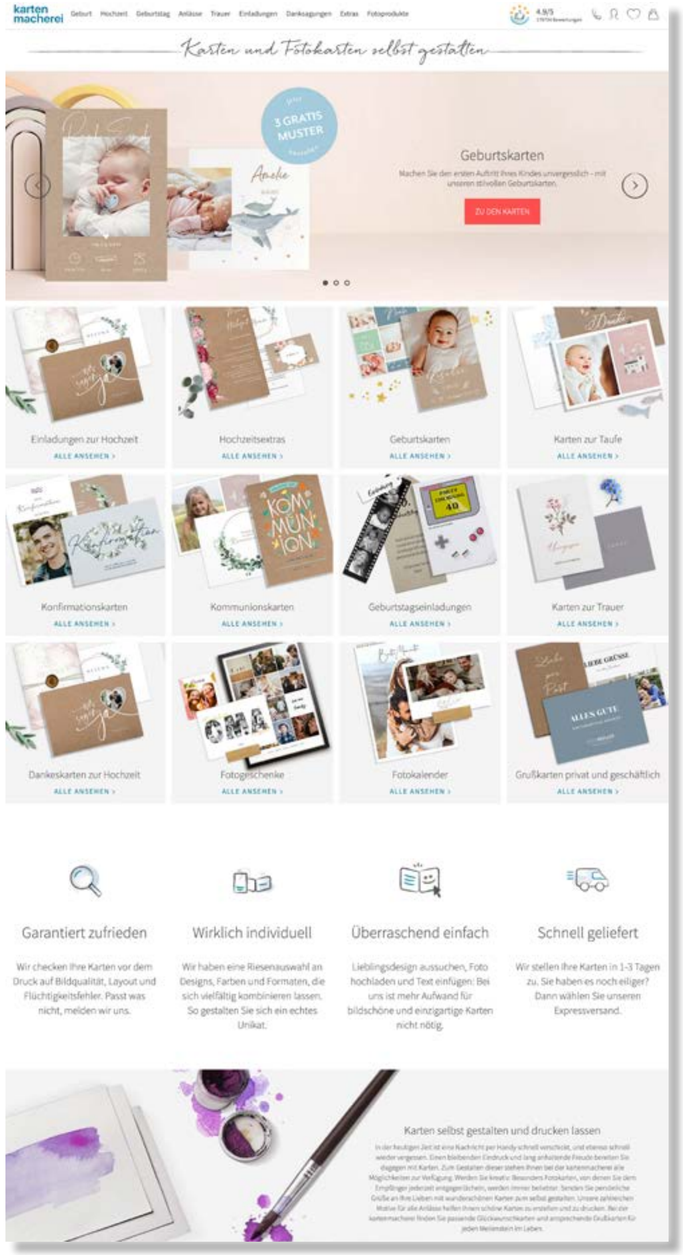
KARTENMACHEREI

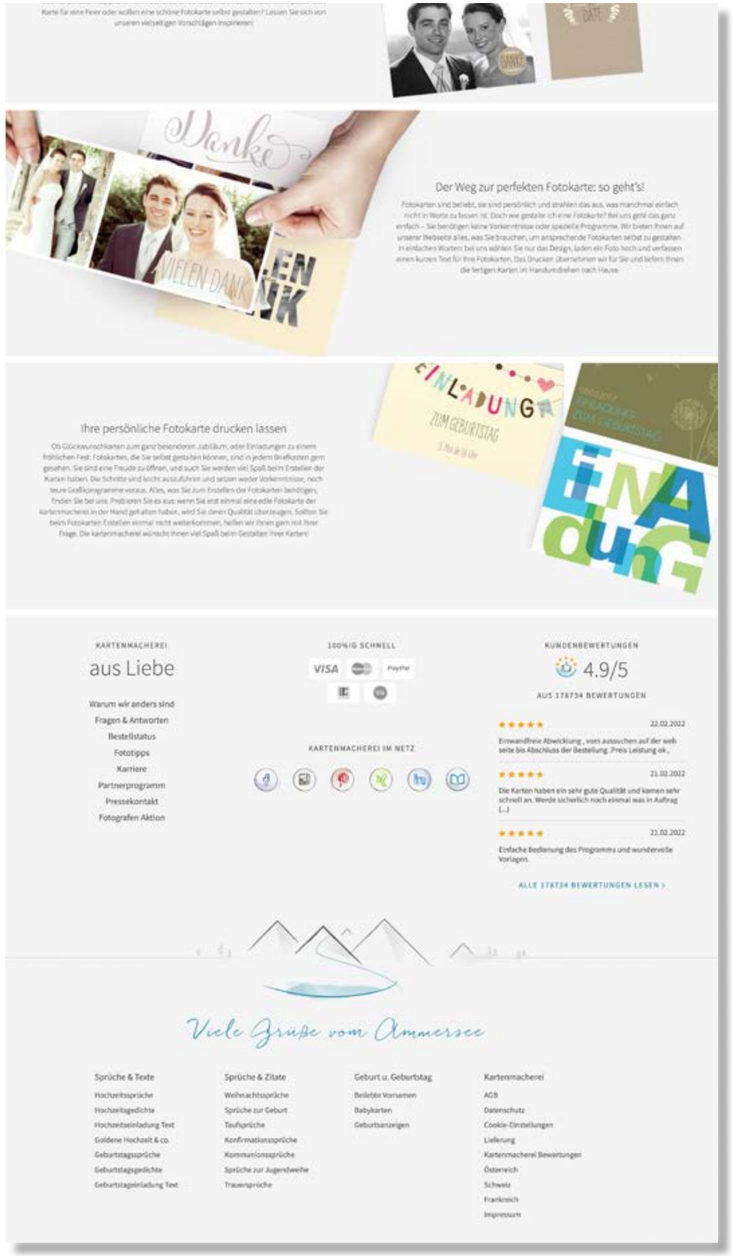
Header

- Logo
- Übersichtliche Navigationsleiste mit neun Menüpunkten und weiteren Unternmenüs
- Möglichkeit zur Interaktion: Kontaktinformation, Warenkorb und Login
- Website ist responsive

Content

- Slideshow mit Bildern und Angeboten
- Qualitativ hochwertige Bilder, welche Designs gut zum Ausdruck bringen
- Produkte und Leistungen sind übersichtlich und schön präsentiert
- Besonderes Features: Informationen zu Garantiezufriedenheit, Lieferung etc.
- Diverse Beispiele von Produkten
- Ansprechende Aufbereitung für Zielgruppe

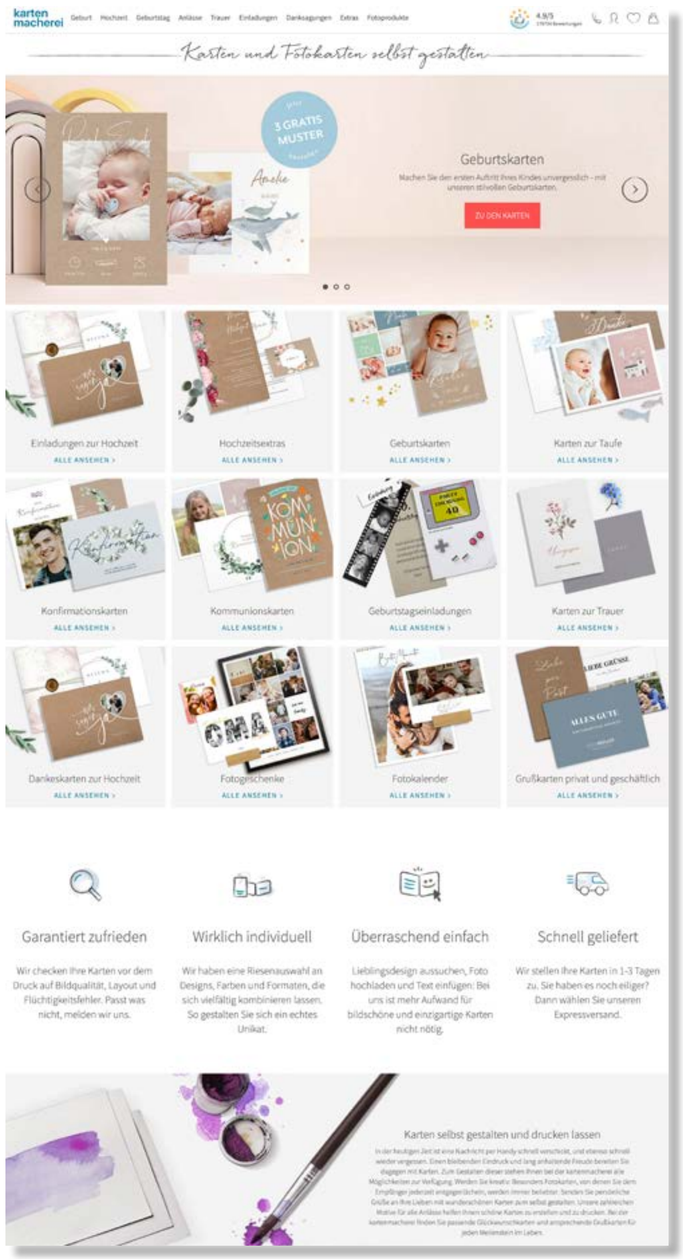


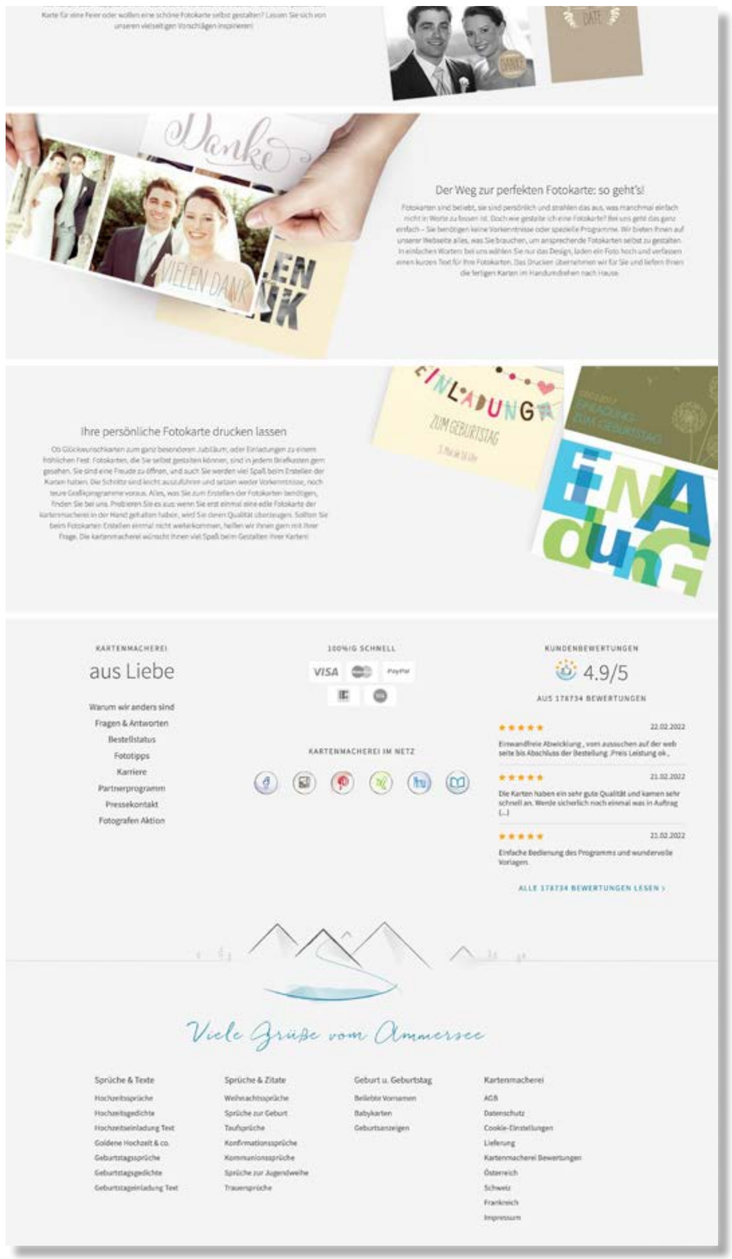


KARTENMACHEREI

Footer

- Häufig gestellte Fragen und Antworten
- Verlinkung der sozialen Netzwerke
- Besondere Features: Bestellstatus, Karriere, Kundenbewertungen und Zahlmöglichkeiten
- Grafik zur optischen Trennung
- Impressum, AGB etc.
- Sprüche und Texte für diverse Anlässe

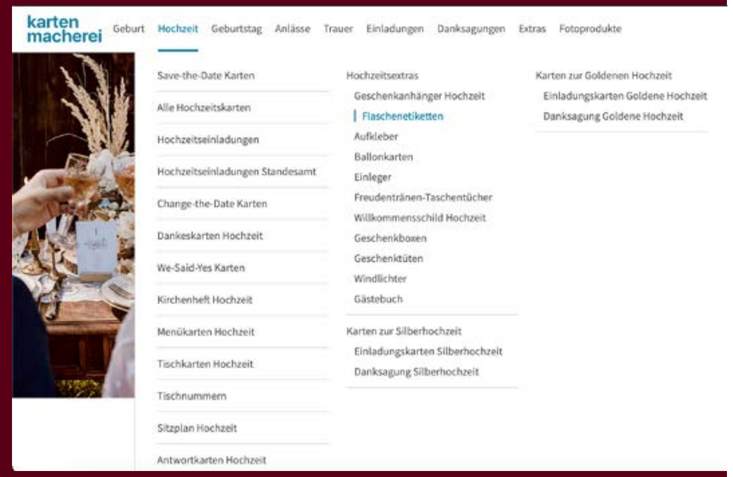


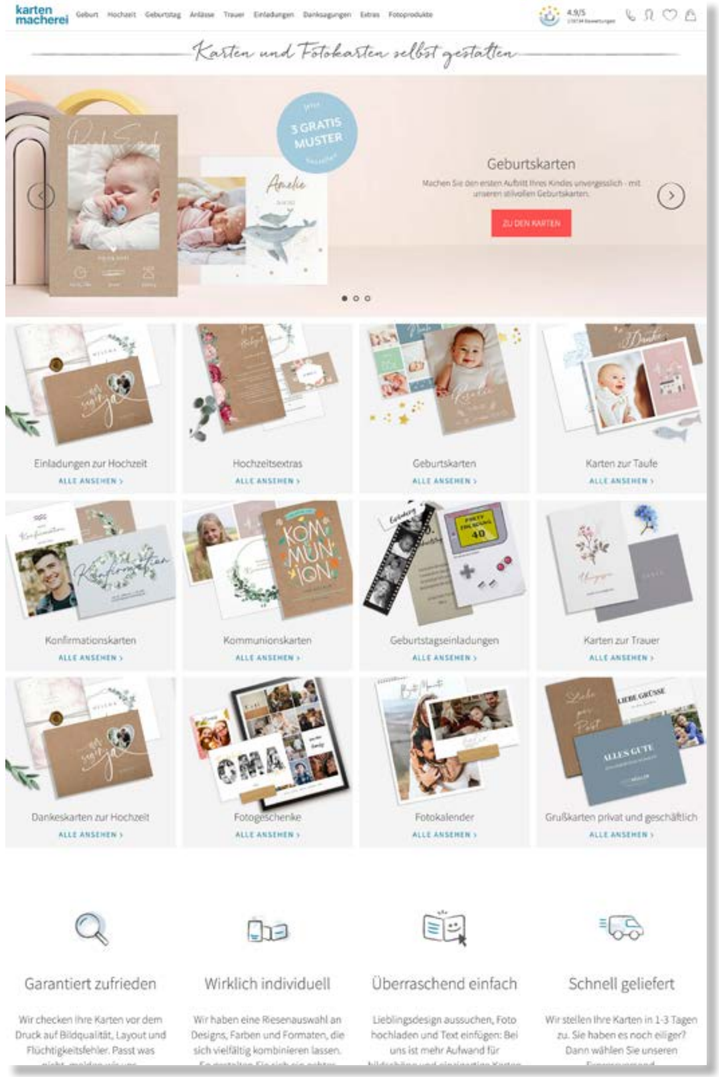


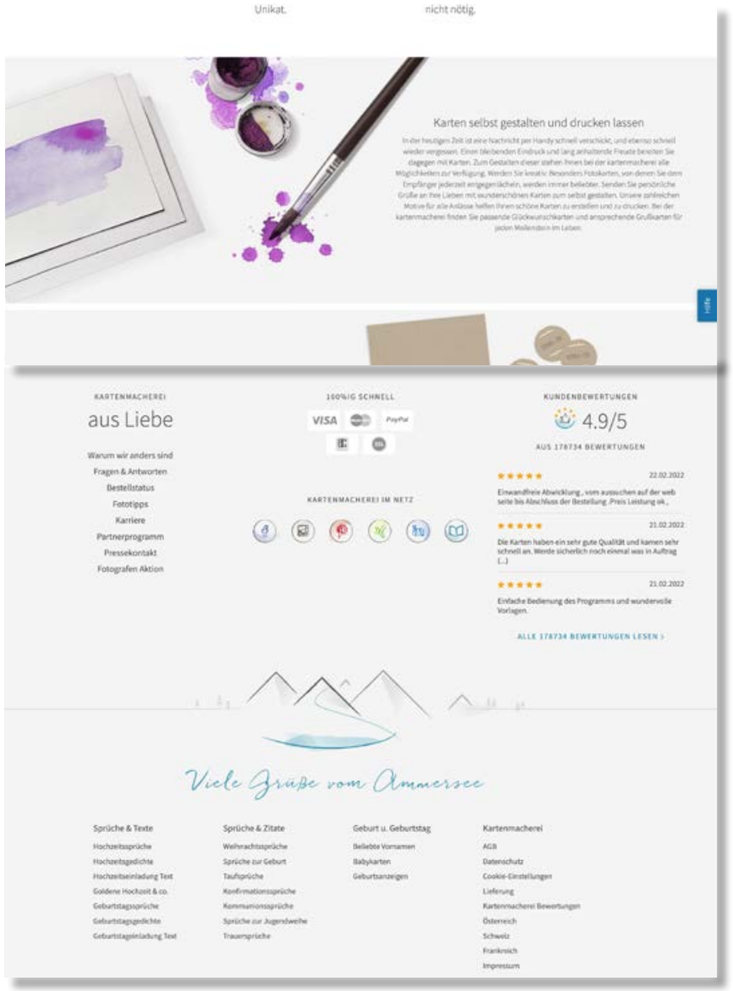
KARTENMACHEREI

Untermenü: Etiketten

- Sehr schön aufbereitete Bilder
- Darstellung verschiedener Designs und Druckarten
- Vorschau der Etiketten in mehreren Farben







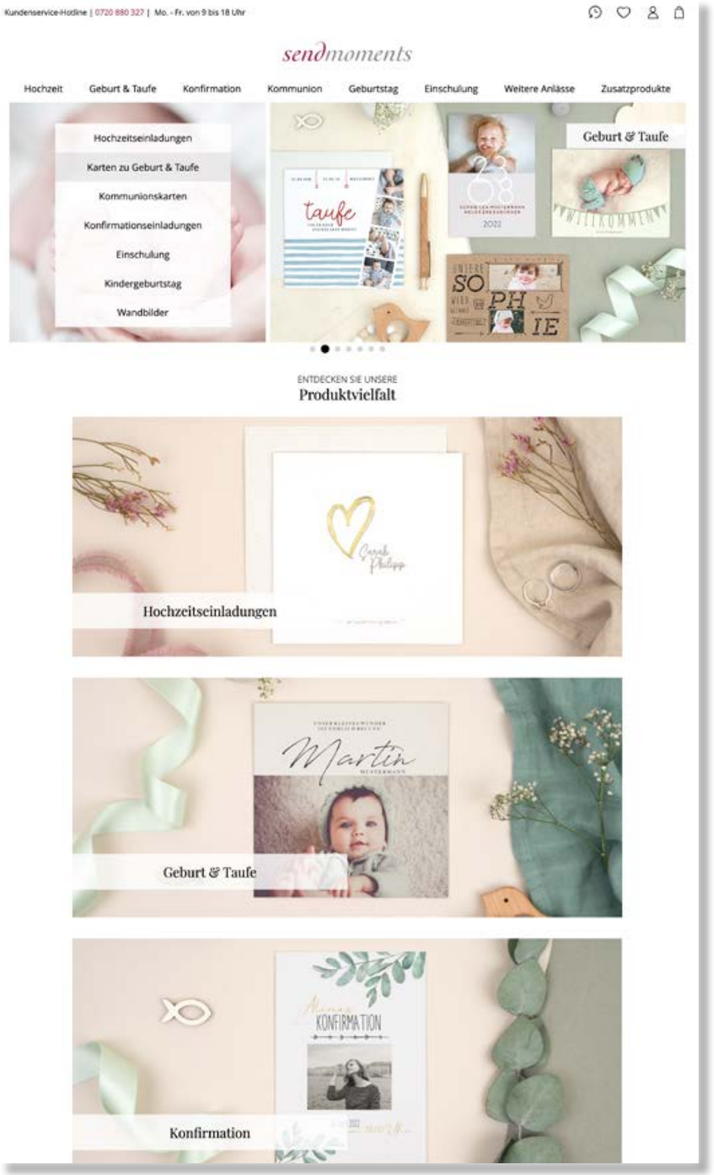
SENDMOMENTS

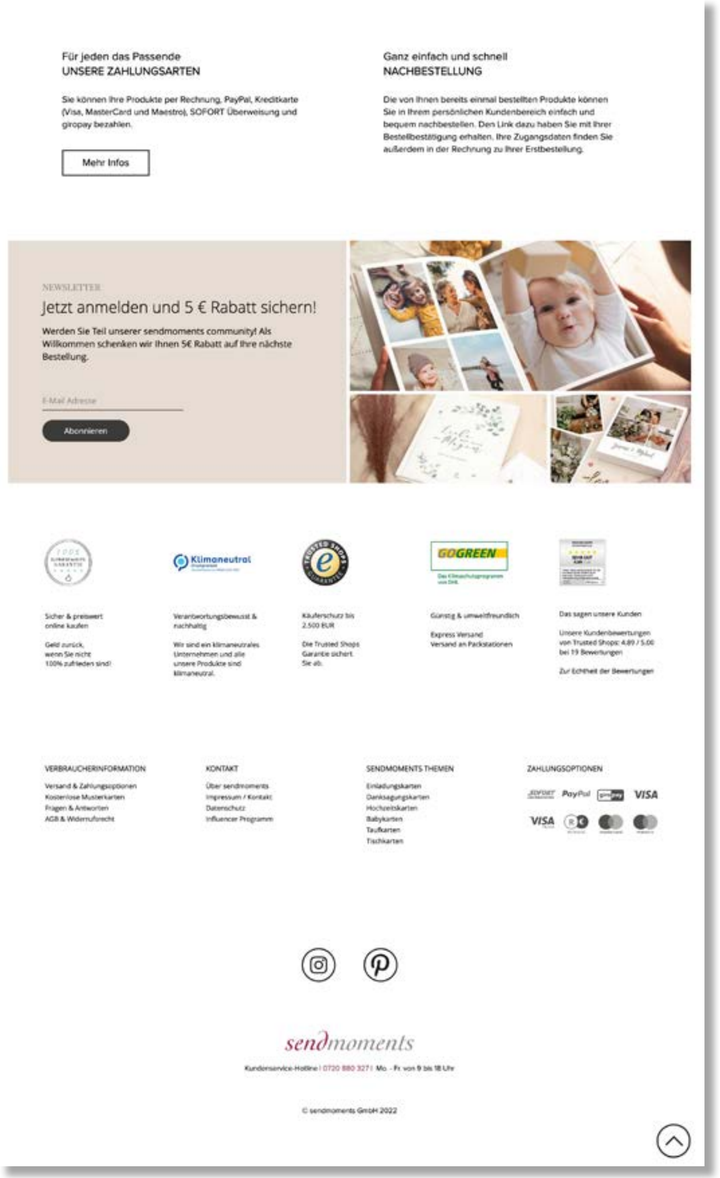
Header

- Logo
- Übersichtliche Navigationsleiste mit acht Menüpunkten und weiteren Unternmenüs
- Möglichkeit zur Interaktion: Kontaktinformation, Warenkorb und Login
- Website ist responsive

Content

- Slideshow mit Bildern von Produkten
- Qualitativ hochwertige Bilder, welche Designs gut zum Ausdruck bringen
- Produkte und Leistungen sind übersichtlich und schön dargestellt
- Besondere Features: Back-to-the-top Button, Informationen zu kostenlosen Mustern
- Diverse Beispiele von Produkten
- Ansprechende Aufbereitung für Zielgruppe

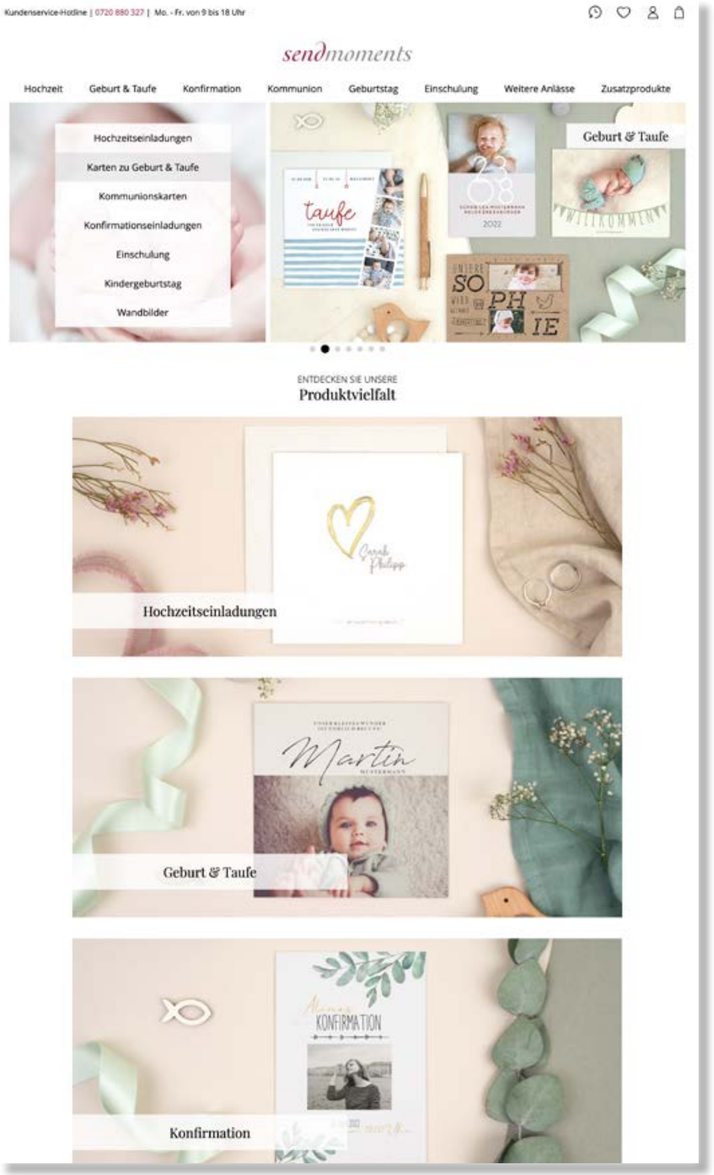


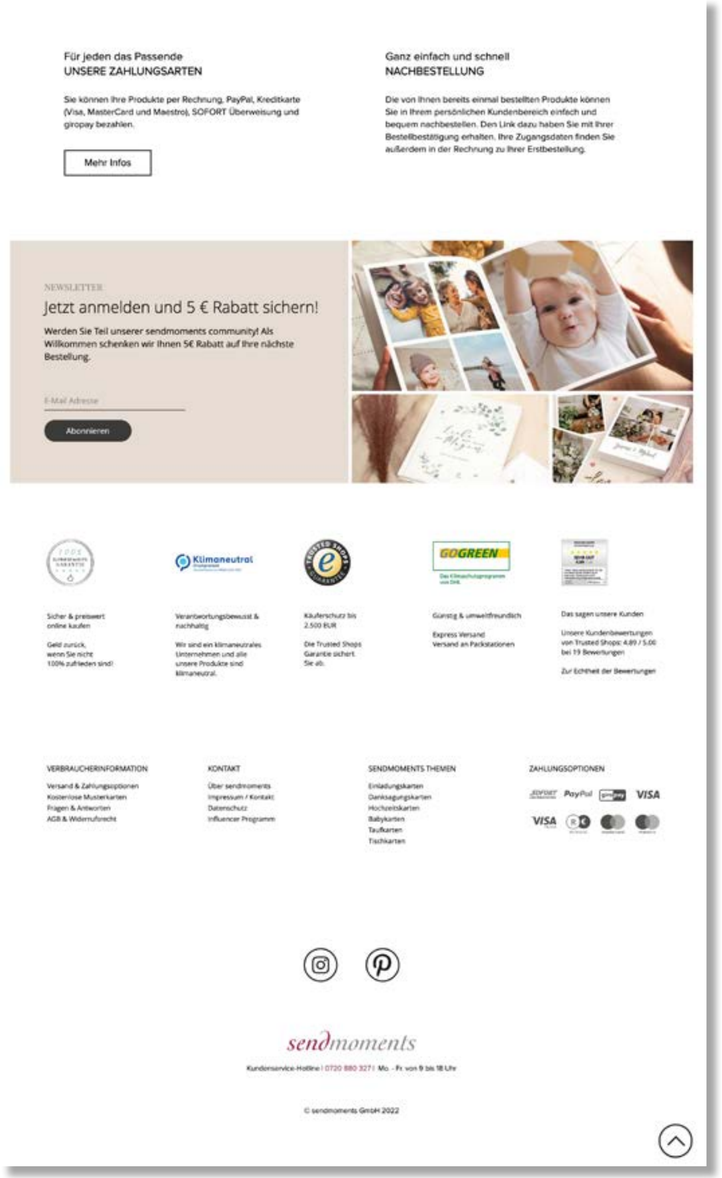


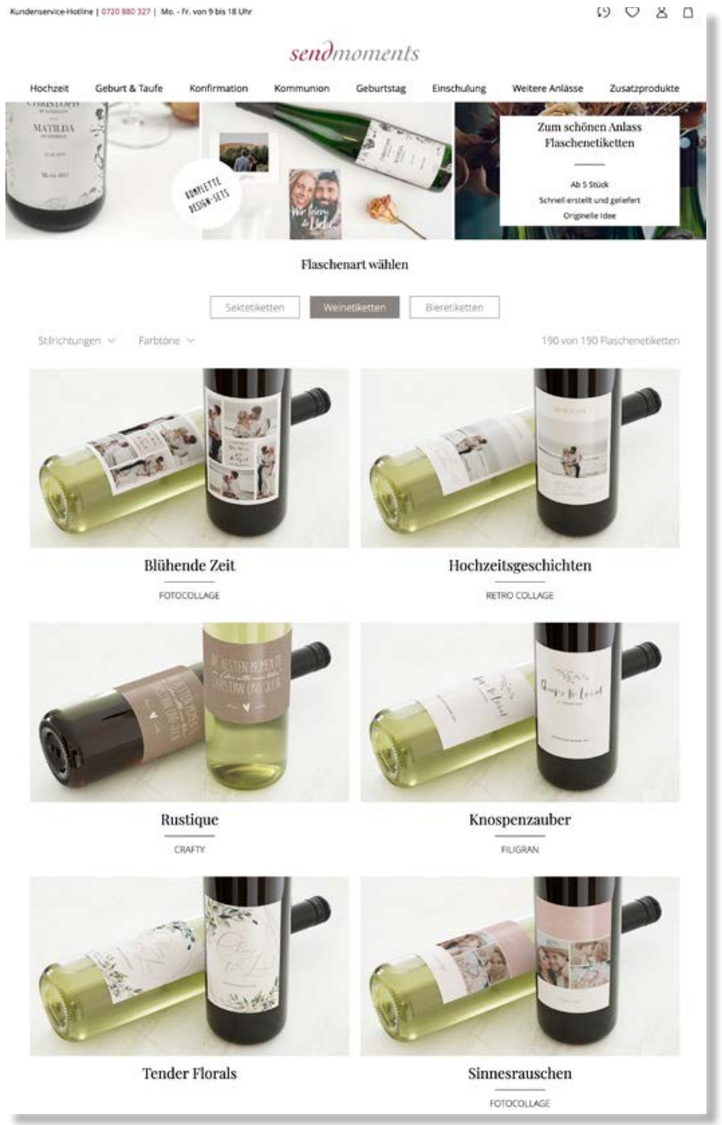
SENDMOMENTS

Footer

- Verbraucherinformationen
- Kontakt: Impressum, Datenschutz etc.
- Zahlungsoptionen
- Verlinkung der sozialen Netzwerke
- 100% Zufriedenheitsgarantie Siegel
- Kundenservice-Hotline







SENDMOMENTS

Untermenü: Etiketten

- Sehr schön aufbereitete Bilder
- Darstellung verschiedener Designs und Druckarten
- Auswahl zwischen verschiedenen Etiketten (Bier, Wein oder Sekt)
- Vorschau der Etiketten in mehreren Formaten: Hoch- und Querformat

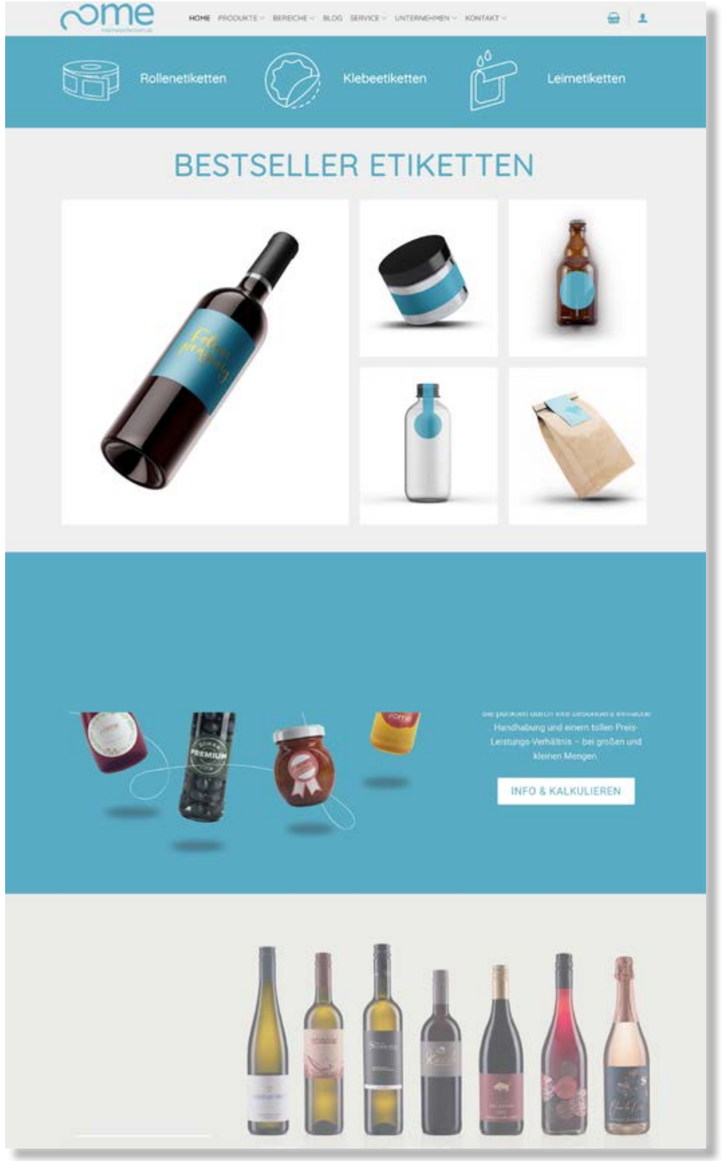
MEINE ETIKETTEN

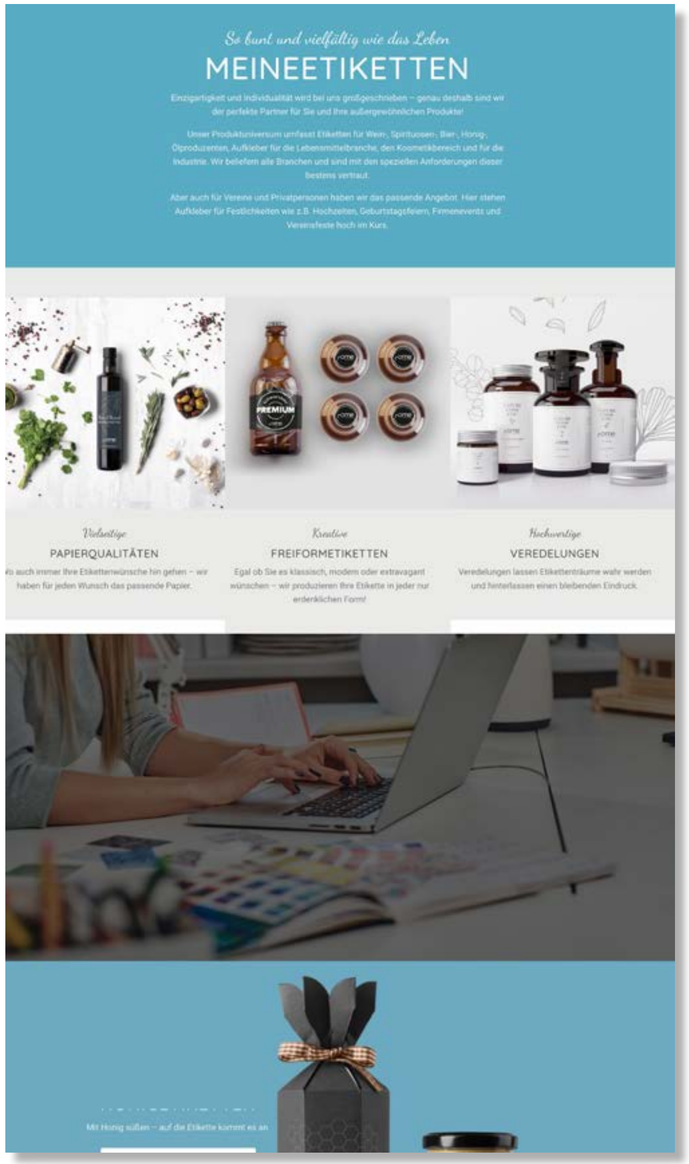
Header

- Logo
- Übersichtliche Navigationsleiste mit sieben Menüpunkten und weiteren Unternmenüs
- Möglichkeit zur Interaktion: Warenkorb und Login
- Website ist responsive

Content

- Bildergalerie mit Bestseller Etiketten
- Qualitativ hochwertige Bilder
- Produkte sind übersichtlich dargestellt
- Besondere Features: Fade-In-Effekt, Mouseover-Effekt, Designportfolio und Kontaktformular
- Informationen zu Etikettiermöglichkeiten
- Anmeldung zum Newsletter
- Nutzung von Bildern zur visuellen Trennung
- Ansprechende Aufbereitung für Zielgruppe

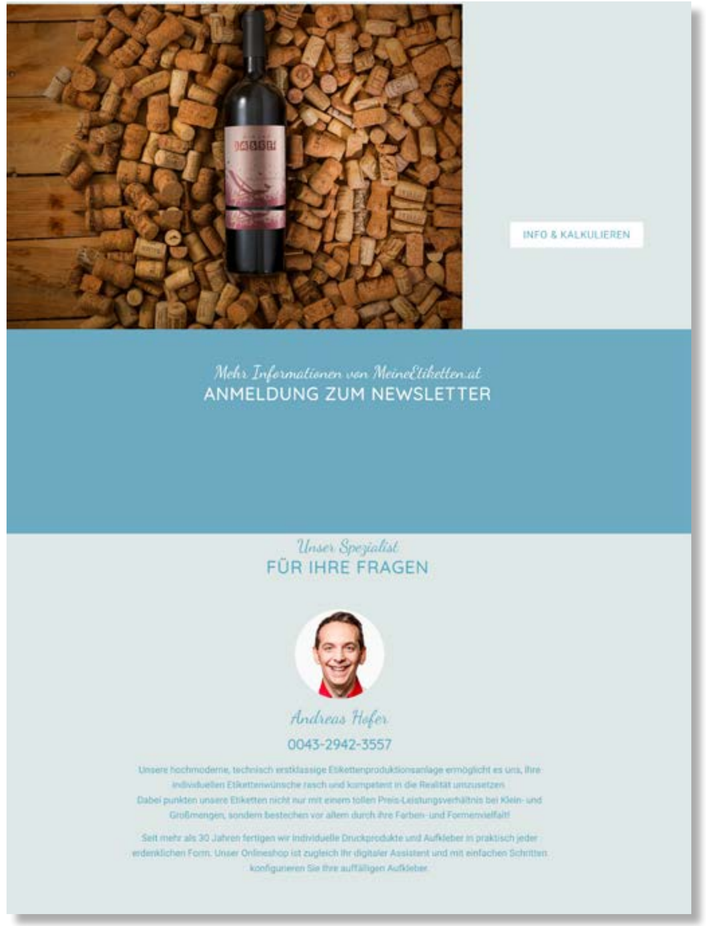


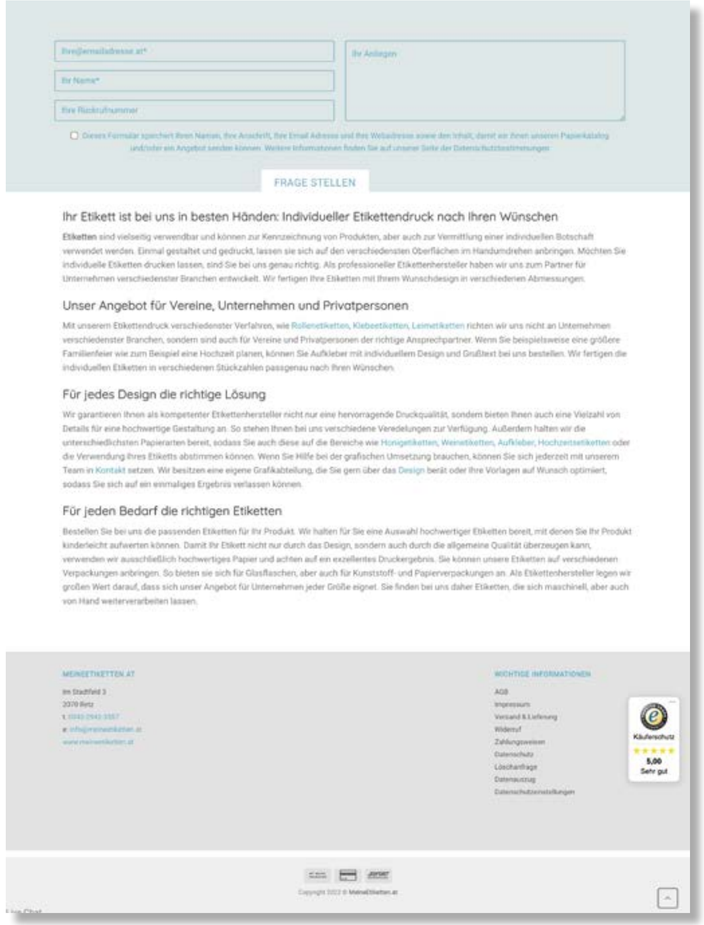


MEINE ETIKETTEN

Footer

- Kontakt
- Wichtige Informationen: AGB, Impressum, Versand und Lieferung, Zahlungsweisen und Datenschutz





PRODUKTANALYSE

Produkt/Dienstleistung

Die Produkte bzw. Leistungen des Horvathdurcks umfassen die Gestaltung von Weinetiketten für diverse Firmen sowie die Möglichkeit des Druckens. Die Etiketten können auch auf Wunsch mit Veredelungen mit Heißfolie, individuellen Stanzformen oder Sonderfarben gedruckt werden. Zielgruppe des Unternehmens sind hauptsächlich Winzer aus dem Burgenland, aber auch Privatkunden, welche Weinetiketten für diverse Anlässe benötigen. Der Standort des Unternehmens befindet sich in Neusiedl am See.

USP - Unique Selling Proposition

“Wir helfen Winzern bei der Gestaltung sowie bei dem Druck von Weinetiketten, durch perfekte Beratung, individuelles Design und Realisierung der Kundenwünsche.”

S

Strenghts

Vielzahl an Referenzen (In der Region bekannt)

Angebot diverser Veredelungen

Individuelle Designs

Qualitativ hochwertiger Druck

Vielfalt an Veredelungen

W

Weaknesses

Unbekanntes Unternehmen

Hauptsächlich nur Stammkunden aus der näheren Umgebung

Präsentation nach Außen

O

Opportunities

Branche nicht vom “Aussterben bedroht"

Wenig Konkurrenz im Burgenland

Widerspiegelung der Firmenphilosophie

Auffällige und stilvolle Weinetiketten

Unverwechselbare Identität

T

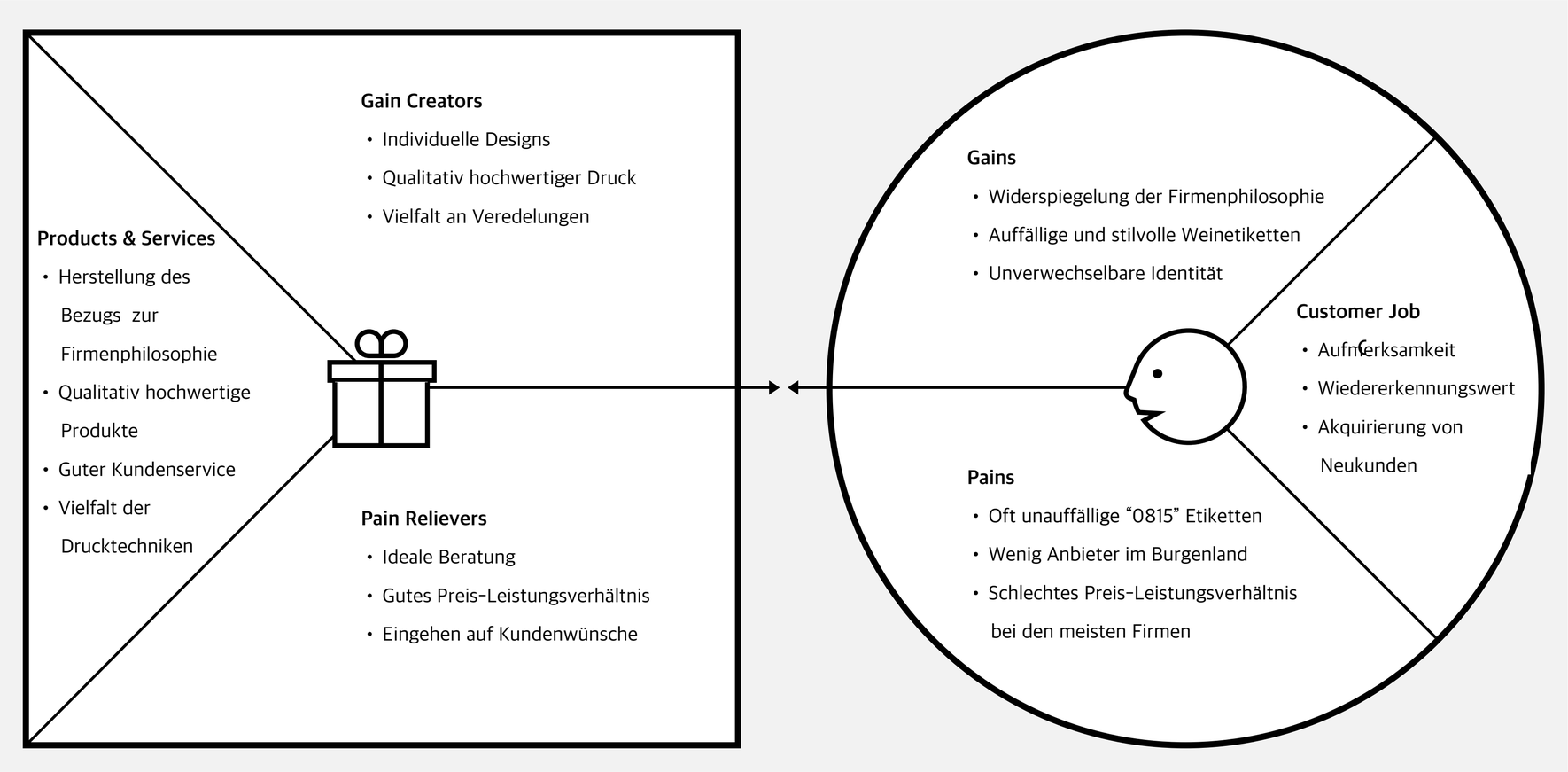
Threats

Unbekanntes Unternehmen

Hauptsächlich nur Stammkunden aus der näheren Umgebung

Präsentation nach Außen

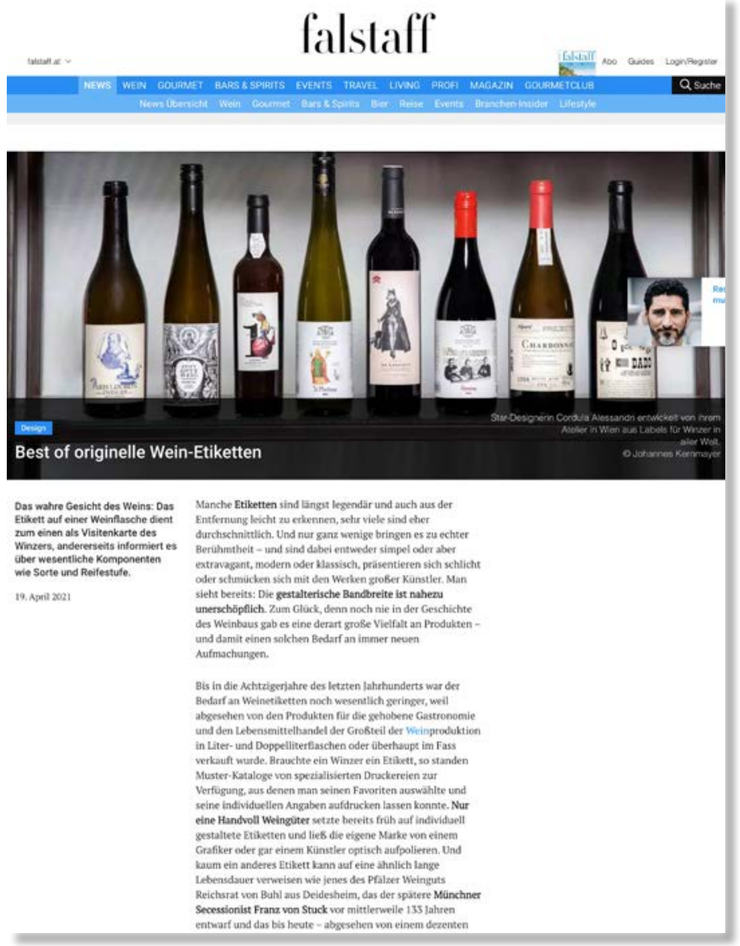
VALUE PROPOSITION CANVAS



SECONDARY RESEARCH

Das Unternehmen Horvathdruck wurde für einige seiner gestalteten Weinetiketten in einem Artikel von fallstaff erwähnt.

“Best of originelle Weinetiketten”



falstaff

falstaff.at

Abo Guides Login/Register

NEWS WEIN GOURMET BARS & SPIRITS EVENTS TRAVEL LIVING PROFI MAGAZIN GOURMETCLUB Suche

News Übersicht Wein Gourmet Bars & Spirits Bier Reise Events Branchen-Insider Lifestyle

Design

Star-Designerin Cordula Alessandri entwickelt von ihrem Atelier in Wien aus Labels für Winzer in aller Welt

© Johannes Kernmayer

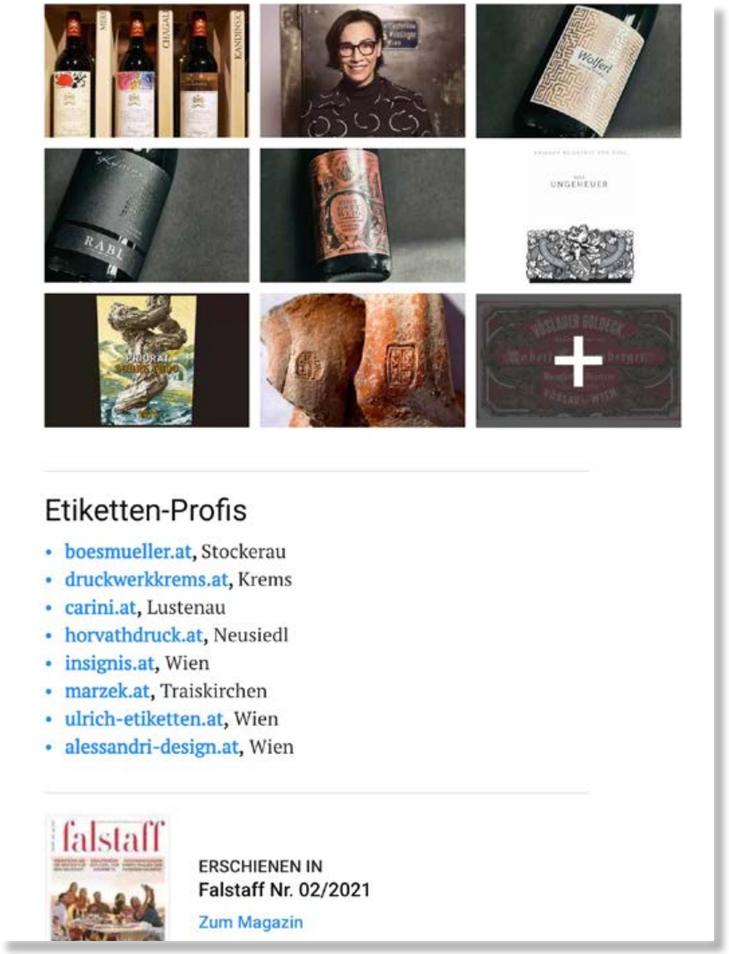
Best of originelle Wein-Etiketten

Das wahre Gesicht des Weins: Das Etikett auf einer Weinflasche dient zum einen als Visitenkarte des Winzers, andererseits informiert es über wesentliche Komponenten wie Sorte und Reifestufe.

19. April 2021

Manche **Etiketten** sind längst legendär und auch aus der Entfernung leicht zu erkennen, sehr viele sind eher durchschnittlich. Und nur ganz wenige bringen es zu echter Berühmtheit – und sind dabei entweder simpel oder aber extravagant, modern oder klassisch, präsentieren sich schlicht oder schmücken sich mit den Werken großer Künstler. Man sieht bereits: Die **gestalterische Bandbreite ist nahezu unerschöpflich**. Zum Glück, denn noch nie in der Geschichte des Weinbaus gab es eine derart große Vielfalt an Produkten – und damit einen solchen Bedarf an immer neuen Aufmachungen.

Bis in die Achtzigerjahre des letzten Jahrhunderts war der Bedarf an Weinetiketten noch wesentlich geringer, weil abgesehen von den Produkten für die gehobene Gastronomie und den Lebensmittelhandel der Großteil der Weinproduktion in Liter- und Doppelliterflaschen oder überhaupt im Fass verkauft wurde. Brauchte ein Winzer ein Etikett, so standen Muster-Kataloge von spezialisierten Druckereien zur Verfügung, aus denen man seinen Favoriten auswählte und seine individuellen Angaben aufdrucken lassen konnte. **Nur eine Handvoll Weingüter** setzte bereits früh auf individuell gestaltete Etiketten und ließ die eigene Marke von einem Grafiker oder gar einem Künstler optisch aufpolieren. Und kaum ein anderes Etikett kann auf eine ähnlich lange Lebensdauer verweisen wie jenes des Pfälzer Weinguts Reichsrat von Buhl aus Deidesheim, das der spätere **Münchner Secessionist Franz von Stuck** vor mittlerweile 133 Jahren entwarf und das bis heute – abgesehen von einem dezenten



Etiketten-Profis

- boesmueller.at, Stockerau
- druckwerkkrems.at, Krems
- carini.at, Lustenau
- horvathdruck.at, Neusiedl
- insignis.at, Wien
- marzek.at, Traiskirchen
- ulrich-etiketten.at, Wien
- alessandri-design.at, Wien

ERSCHIENEN IN
Falstaff Nr. 02/2021
Zum Magazin

ALTE MARKENPERSÖNLICHKEIT

Wolfgang Karner

About me

Alter: 62

Geschlecht: Männlich

Beruf: Verleger

Familienstand: Verheiratet

Sozialer Stand: Mittelschicht

Wohnort: Neusiedl am See

Goals

- Gesicherte Pension
- Gesundheit
- Freude am Leben

Hobbies

- Geschichte
- Familie
- Segeln

Persönlichkeit

Introvertiert — Extrovertiert

Modern — Konservativ

Kommunikativ — Nicht kommunikativ

Needs and pain points

Sicherheit

Naturverbundenheit

Freude am Leben

CORPORATE DESIGN CHECK

Logo

Auf der Webiste sind zwei verschiedene Logos zu finden. Bei beiden handelt es sich um eine Wort-Bildmarke. Jene setzt sich aus dem Wort “Horvathdruck” und verschiedenfärbigen Rechtecken bzw. Balken zusammen.

Die Schriftarten der beiden Logos stimmen nicht überein, was nicht unbedingt für eine gute Darstellung der Marke nach Außen spricht.

Bei der Farbwahl für das Logo wurden sehr bunte Farben verwendet, welche jedoch keinen Aufschluss über die Unternehmensidentität gibt.

horvathdruckt etiketten

seit 1854 horvathdruck rollenschaftetiketten digitaldruck kuvertdruck offsetdruck print & copy

Farben

Bei der Farbwahl auf der Wesite wurden hauptsächlich Grautöne gewählt. Aber auch ein knalliges Rot wird des Öfteren für Überschriften selektiert.

Designelemente

Auf der Website ist immer wieder ein Designelement zu finden, welches eine Farbpalette der Farben des Logos zeigt.

ROT	RGB: 216 54 56 CMYK: 8 89 77 1
DUNKELGRAU	RGB: 38 39 39 CMYK: 73 63 59 74
HELLGRAU	RGB: 60 62 62 CMYK: 67 56 55 59
WEIß-GRAU	RGB: 242 242 242 CMYK: 6 4 5 0

PERSONAS

Leo Wegscheider
Winzer

Johanna Mauer
Studentin

Leo Wegscheider

About me

Alter: 37

Geschlecht: Männlich

Beruf: Winzer

Familienstand: Ledig

Sozialer Stand: Mittelschicht

Wohnort: Illmitz

Goals

- Erfolg
- Selbstverwirklichung
- Gesundheit

Persönlichkeit

Introvertiert — Extrovertiert

Geduldig — Ungeduldig

Kommunikativ — Nicht kommunikativ

Hobbies

- Sport, Laufen und Tennis
- Geschichte
- Freunde und Familie

Bio

Mein Name ist Leo Wegscheider und ich bin 37 Jahre jung. Ich bin Winzer von Beruf und Leiter eines Weinguts im Burgenland. Ich liebe es in der Natur zu sein, habe großes Interesse an der Historik und reise gerne um die Welt. Ich bin ein sehr extrovertierter und kommunikativer Mensch und freu mich immer neue Menschen kennenzulernen und Kontakte zu knüpfen. Erfolgreich zu sein ist mir ein großes Anliegen, ebenso wie mich selbst zu verwirklichen.

Needs and pain points

Perkeftionismus

Zielstrebigkeit

Freude am Leben

Johanna Mauer

About me

Alter: 25

Geschlecht: Weiblich

Beruf: Studentin Internationales Weinmarketing

Familienstand: Beziehung

Sozialer Stand: Mittelschicht

Wohnort: Wien

Goals

- Hobby zum Beruf machen
- Kennenlernen neuer Kulturen
- Mehrwert für Umwelt leisten

Bio

Mein Name ist Johanna Mauer und ich bin 25 Jahre alt. Ich studiere derzeit Internationales Weinmarketing an der FH Burgenland. Gemeinsam mit meinem Freund wohne ich in einer Wohnung in Wien. Ich bin ein sehr introvertierter Mensch und liebe es neue Kulturen kennenzulernen. Da der Familie meines Freundes ein Weingut gehört, möchte ich nach Abschluss meines Studiums in deren Unternehmen einsteigen.

Persönlichkeit

Ausgeglichen — Unausgeglichen

Organisiert — Unorganisiert

Introvertiert — Extrovertiert

Hobbies

- Weinkunde
- Wandern
- Reisen

Needs and pain points

Naturverbundenheit

Umweltbewusstsein

Nachhaltigkeit

Besuchsgrund

Da Leo ein eigenes Weingut besitzt und diverse Weine im Sortiment anbietet, benötigt er laufend neue Weinetiketten. Im Burgenland gibt es nicht viele Firmen, die sowohl die Gestaltung als auch den Druck von Weinetiketten anbieten, weshalb Horvathdruck eine gute Möglichkeit für Leo darstellt.

Besuchsgrund

Johanna besucht die Website, um sich über die Möglichkeiten neuer Weinetiketten zu informieren. Sie schließt bald ihr Studium im Bereich des internationalen Weinmarketings ab und möchte das Corporate Design des Weinguts ihres Freundes erneuern, wofür sie unter anderem Weinetiketten benötigt.

02

DEFINE THE GOAL & PLAN THE WEBSITE

Use Cases - User Journeys - User Stories

USE CASE #1

Leo hat einen neuen Weißwein in seinem Sortiment, weshalb er neue Weinetiketten benötigt. Leo findet die Website des Horvathdrucks und stellt fest, dass sich die Druckerei im Burgenland befindet. Er möchte daher ein Angebot einholen, welches das Gestalten der Etiketten und den anschließenden Druck beinhalten. Da er nur wenig Zeit hat, ist ihm das schnelle Finden von Information sehr wichtig.

Leo ist geschäftlich viel unterwegs, weshalb er telefonische Kontaktaufnahme mit der Firma präferiert. Für die neuen Weinetiketten möchte Leo eine spezielle Versiegelung und hofft, dass Horvathdruck jene Drucktechnik anbietet. Aber auch positive Kundenrezensionen sind ihm ein großen Anliegen.

Leo Wegscheider
Winzer

USER JOURNEYS #1

Story

Für die neuen Weinsorten in seinem Sortiment ist Leo auf der Suche nach einer Druckerei, die Weinetiketten gestaltet und druckt. Er findet die Website des Horvathdrucks und informiert sich über das Angebot.

Goals: Website finden, die Gestaltung und Druck von Weinetiketten anbietet

Expectations: Nähere Informationen über Unternehmen finden

Pain Points: Keine Website finden

Story

Leo muss spontan zu einem Geschäftstermin, weshalb er die Website auf seinem Tablet weiter durchforstet.

Goals: Informationen sind gut lesbar

Expectations: Responsive Website für Tablet und Smartphone

Pain Points: Schlecht leserliche Texte, Zoomen notwenig

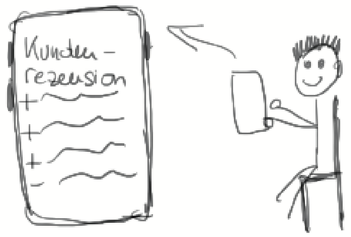
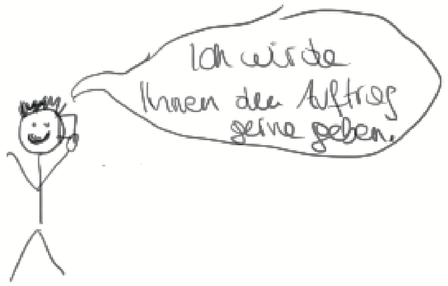
Story

Leos Zeit ist begrenzt, weshalb er die Website schnell nach den wichtigsten Informationen durchsucht.

Goals: Benötigte Information schnell finden

Expectations: Gute Menüstruktur, Inhalte sind kompakt aufbereitet

Pain Points: Inhalte sind unübersichtlich oder verwirren, fehlende Information

Story	Story	Story	Story
Leo möchte das Logo auf den Weinetiketten speziell versiegeln lassen. Deshalb informiert er sich auf der Website genau über die Möglichkeiten des Horvathdrucks.	Leo hat durch die Information auf der Website festgestellt, dass die gewünschte Veredelung möglich ist, weshalb er alles weitere telefonisch abklären möchte.	Bevor Leo den Auftrag erteilt, möchte er sich vergewissern, dass gute Arbeit geleistet wird. Er sucht daher Kundenrezensionen auf der Webiste.	Da Leo nun sichergehen kann, dass Horvathdruckdierichtige Wahl für seine Weine ist, gibt er die Weinetiketten in Auftrag.
			
Goals: Gewünschte Veredelung gefunden Expectations: Breites Angebot an diversen Veredelungen und Drucktechniken Pain Points: Veredelung stimmt mit der Geplanten nicht überein	Goals: Telefonisch alles geklärt und besprochen Expectations: Kontaktdaten der Druckrei auf Webiste gefunden Pain Points: Kontaktdaten nicht aktuell	Goals: Positive Kundenrezensionen lesen Expectations: Auflistung diverser Kundenrezensionen Pain Points: Schlechte Bewertungen lesen, nicht der Wahrheit entsprechende Bewertungen	Goals: Auftrag Druckerei erteilen Expectations: Informationen über Ablauf, Design und Druckverfahren Pain Points: Missverständnisse bei Auftragerteilung, falsche oder fehlerhafte Bestellung

USER STORIES #1

1 Als potenzieller Kunde möchte ich eine responsive Webiste, um sie auch auf meinem Tablet aufrufen zu können.

2 Als sehr beschäftigter Winzer ist mir eine gute Menüstruktur wichtig, um schnell zur richtigen Seite zu gelangen.

3 Als strukturierter Geschäftsmann möchte ich, dass die Inhalte der Website kompakt aufbereitet sind, um nicht nach Informationen suchen zu müssen.

4 Als Perfektionist ist mir wichtig, dass die Angebote verschiedener Drucktechniken auf der Website zu finden sind, um sicherzustellen, dass meine gewünschte Drucktechnik angeboten wird.

5 Als beruflich Selbstständiger möchte ich mich über die Kontaktdaten der Druckerei erkundigen, um mich telefonisch genauer zu erkundigen.

6 Als Experte in der Weinszene möchte ich die Möglichkeit haben, Referenzen bisheriger designter Weinetiketten anzuschauen, um so einen besseren Eindruck über die Arbeiten der Druckerei zu bekommen.

USE CASE #2

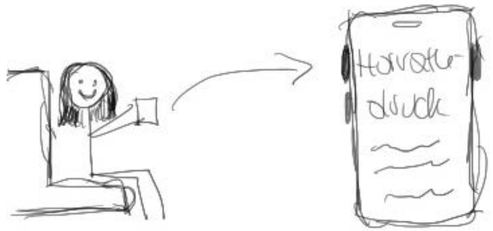
Da Johanna bald in das Unternehmen der Familie ihres Freundes einsteigt, plant sie das Corporate Design des Weinguts zu überarbeiten. Hierfür benötigt sie unter anderem Weinetiketten. Johanna stößt auf die Website des Horvathdrucks und informiert sich genauer. Das Angebot von umweltfreundlichen Drucktechniken sowie die Möglichkeit Kundenrezensionen zu lesen sind ihr besonders wichtig. Sie möchte Kontakt aufnehmen, um ein Angebot einzuholen. Um für den ersten Termin den Anreiseweg zu planen, informiert sie sich über den genauen Standort der Druckerei.

Johanna Mauer
Studentin

USER JOURNEYS #2

Story

Johanna ist gerade im Zug und sucht eine Druckerei, die Weinetiketten designt und anschließend druckt. Sie stößt auf die Website des Horvathdrucks.



Goals: Website finden, welche Gestaltung und Druck von Weinetiketten anbietet

Expectations: Nähere Informationen über Unternehmen finden

Pain Points: Keine Website finden

Story

Da Johanna umweltfreundlicher Druck besonders wichtig ist, informiert sie sich über die angebotenen Drucktechniken.

Goals: Viel Information erhalten, auch über die Möglichkeit umweltfreundlicher Drucktechniken

Expectations: Breites Angebot an diversen Drucktechniken

Pain Points: Nicht genügend Information

Story

Da sie sich für die Zufriedenheit bisheriger Kunden:innen interessiert, sucht sie auf der Webiste nach Kundenrezensionen.

Goals: Positive Kundenrezensionen lesen

Expectations: Übersichtliche Auflistung diverser Kundenrezensionen

Pain Points: Schlechte Bewertungen lesen, nicht der Wahrheit entsprechende Bewertungen

Story Da Johanna mit den Kundenrezensionen sehr zufrieden ist, möchte sie Kontakt mit der Druckerei aufnehmen und das Kontaktformular ausfüllen. Goals: Kontaktinformationen finden und Kontakt mit Druckerei aufnehmen Expectations: Informationen zu Telefonnummer, Mail-Adresse etc. finden Pain Points: Information nicht aktuell	Story Da ihr das vorgeschlagene Angebot zusagt, macht sie sich einen Termin aus, um in der Druckerei alles Weitere persönlich zu klären. Goals: Termin vereinbaren Expectations: Terminvereinbarung über diverse Kanäle (Telefon, Kontaktformular etc.) Pain Points: Termin wird falsch gebucht, mögliche Doppelbuchungen	Story Johanna informiert sich auf der Webiste, um den Anreiseweg zur Druckerei zu planen. Goals: Informationen über Standort gefunden Expectations: Klare Darstellung des Standorts via GoogleMaps Pain Points: Falsche Adresse eingegeben	Story Johanna nimmt ihren Termin in der Druckerei wahr und gibt nach einem ausführlichen Beratungsgespräch die Weinetiketten in Auftrag. Goals: Kompetente Beratung, Bestellung in Auftrag gegeben Expectations: Informationen über Ablauf, Design und Druckverfahren Pain Points: Missverständnisse bei Auftragerteilung, falsche oder fehlerhafte Bestellung

USER STORIES #2

1 Als Studentin, die viel unterwegs ist, möchte ich eine responsive Webiste, um sie auf meinem Smartphone aufrufen zu können.

2 Als Ordnungsliebhaberin ist mir wichtig, dass die Website übersichtlich gestaltet ist, um die benötigte Information schnell zu finden.

3 Als Umweltschützerin ist mir wichtig, dass Informationen über die Druckverfahren auf der Website aufgelistet sind, um so das umweltfreundlichste Druckverfarhen zu selektieren.

4 Als angehende Winzerin ist mir die Möglichkeit, Kundenbewertungen lesen zu können sehr wichtig, um mir einen Eindruck der Qualität der Arbeit zu verschaffen.

5 Als introvertierte Person möchte ich die Möglichkeit haben ein Kontaktformular auf der Website auszufüllen, um ein Angebot einzuholen.

6 Als potenzielle Kundin möchte ich mich über den Standort der Druckerei erkundigen, um den Anreiseweg zu planen.

03

PLAN THE BRAND EXPERIENCE

Neue Markenpersönlichkeit – Moodboard – Neues Design – Stylescape

NEUE MARKENPERSÖNLICHKEIT

Lisa Kummer

About me

Alter: 34

Geschlecht: Männlich

Beruf: Heurigenberitzerin

Familienstand: Verheiratet

Sozialer Stand: Mittelschicht

Wohnort: Wien

Goals

- Work-Life-Balance
- Familie gründen
- Business erweitern

Hobbies

- Wandern
- Reisen
- Schwimmen

Persönlichkeit

Introvertiert — Extrovertiert

Modern — Konservativ

Kommunikativ — Nicht kommunikativ

Needs and pain points

Naturverbundenheit

Perfektionismus

Ausgeglichenheit

BASTIAN
WEIN
BASTIAN

WEINGUT
WEIK
20
11

225
CABERNET DORSA
Sturm

WHITEFOX
YELLOWFOX
GRAYFOX

MOODBOARD

NEUES DESIGN

Logo Redesign

Das alte Logo des Horvathdrucks wurde modernisiert und an das neue Design angepasst. Es ist moderner sowie simpler, weshalb es einen höheren Wiedererkennungswert hat.

Das neue Logo wurde als Wortmarke gestaltet. Um Elemente des alten Logos beizubehalten, wurden vier farbige Balken ergänzt, wodurch zugleich die Trennung zum Untertitel verstärkt wird. Die Farben Cyan, Magenta, Yellow und Key stellen den CMYK-Farbraum für den Druck dar.

HORVATHDRUCK

Weinetiketten

Schriften des Logos

Code Predators Regular:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789.!?

Mohave Light:

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVv

WwXxYyZy

0123456789.!?

Schriften und Farben für die Website

Mohave Regular:

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVv

WwXxYyZy

0123456789.!?

Awakening Steel personal use regular:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Weinrot	RGB: 89 0 22 CMYK: 39 100 68 62
SCHWARZ	RGB: 0 0 0 CMYK: 91 79 62 97
WEIß	RGB: 255 255 255 255 CMYK: 0 0 0 0

STYLESCAPE

Das Stylescape spiegelt die neue Brand Identity des Unternehmens gut wider. Das Design stellt einen cleanen sowie simplen aber auch modernen und zeitlosen Stil dar. Jener Stil wird ebenso auf der Website verfolgt, um ein einheitliches Gesamtbild zu erzeugen. Elemente wie beispielsweise Icons oder der rote Balken finden sich auf der Website wieder und sorgen für leichte Auflockerung des Designs.

04

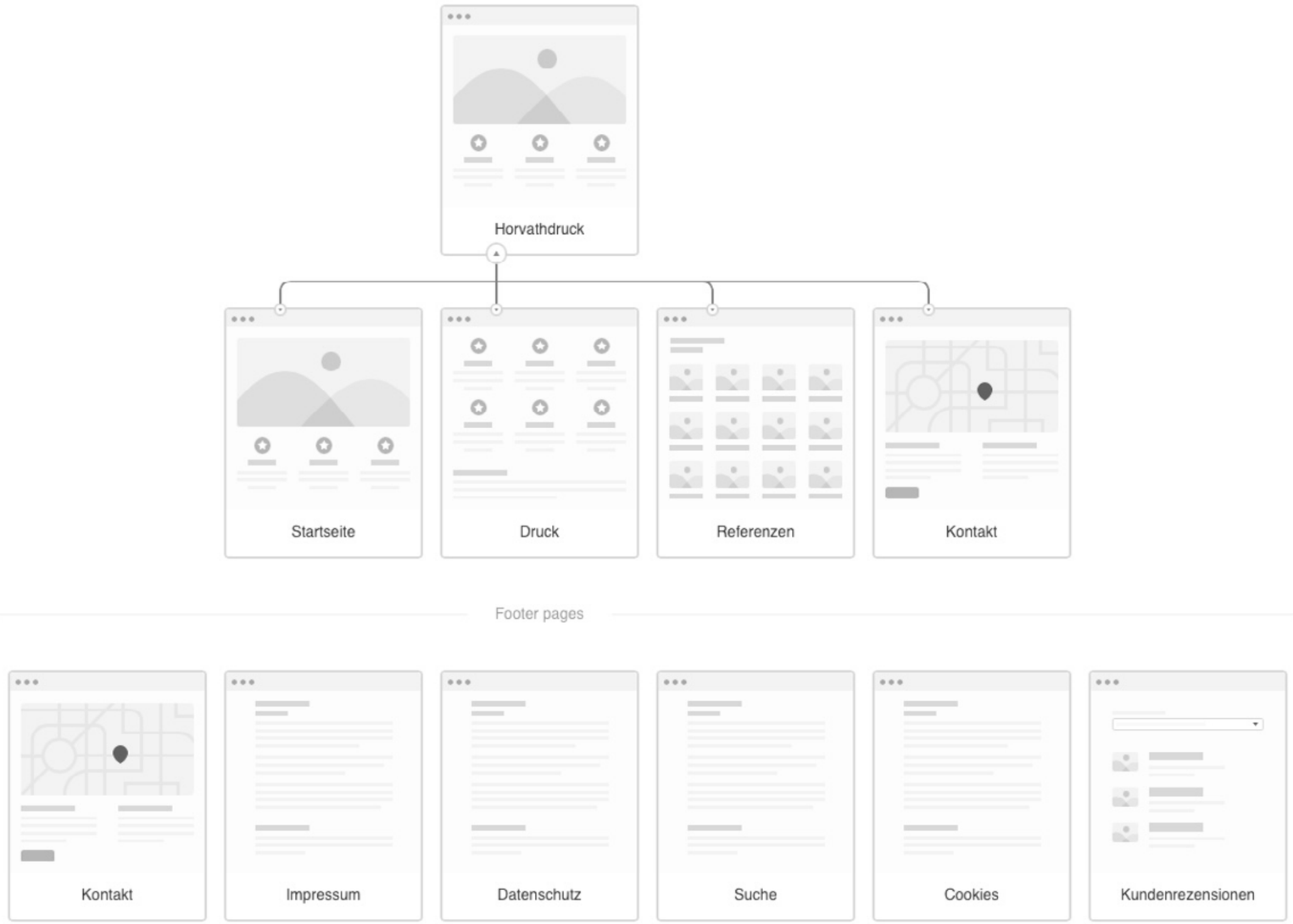
PLAN THE USER EXPERIENCE

Card Sorting - Sitemap - User Flow

CARD SORTING

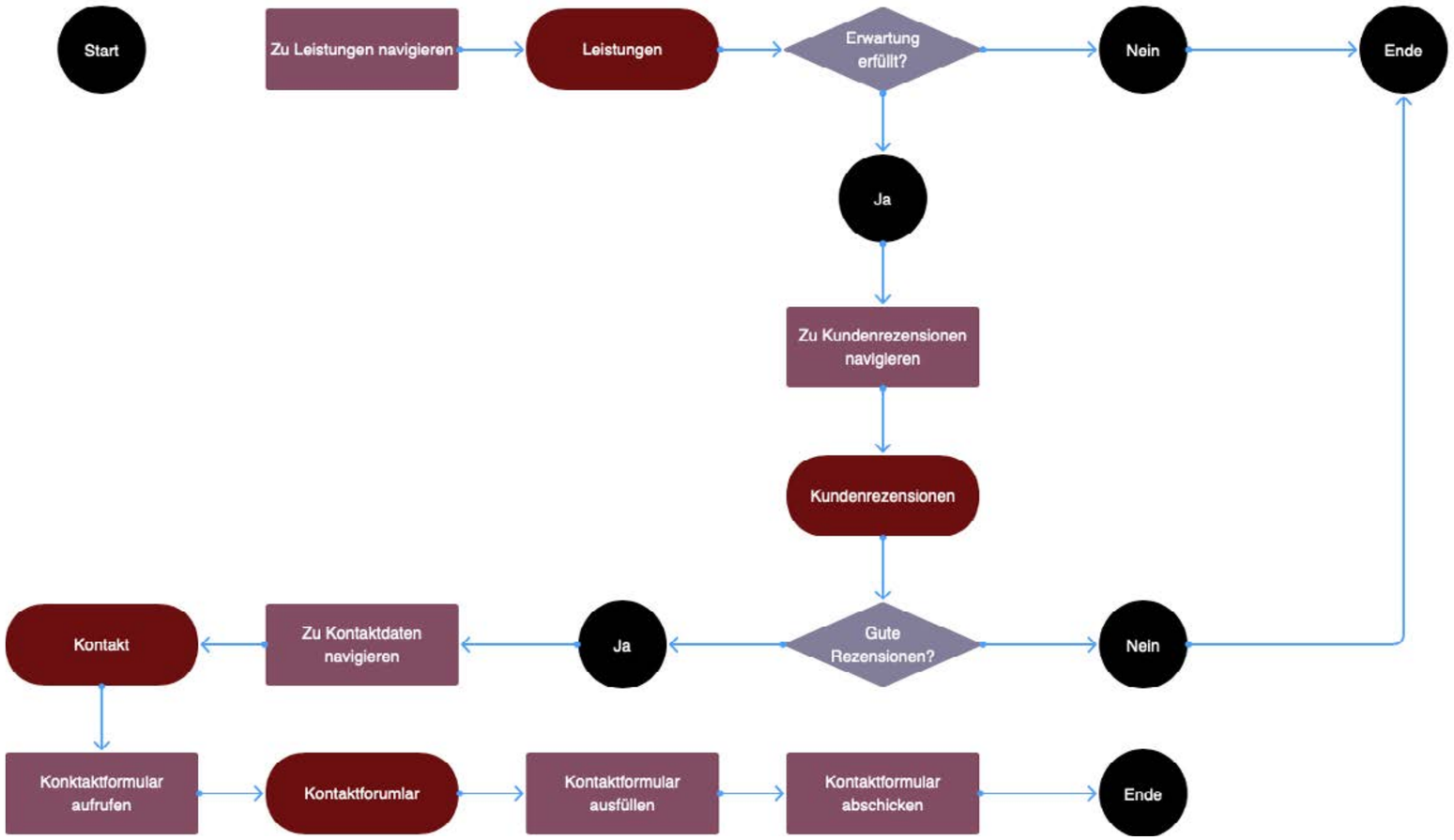
- **Startseite/Über uns**
  - Slideshow
  - Einleitungs-text
  - Leistungen
- **Druck**
  - Text
  - Nassleim etiketten
  - Rollen-haftetiket-ten
  - Blind-prägung
  - Heißfolien-prägung
  - Bezeich-nungsvor-schriften
  - Kennzeich-nungsver-ordnung
  - Wickel-stelllungen
  - Schrift-größenver-ordnung
  - Datenan-lieferung
  - Bestell-formular
- **Referenzen**
  - Text
  - Trie-baumer
  - Kast
  - Haider
  - Scheibl-hofer
- **Kontakt**
  - Adresse
  - Kontakt-daten
  - Google Maps
  - Öffnungs-zeiten
  - Kontakt-formular
- **Footer**
  - Impressum
  - Daten-schutz
  - Kontakt
  - Suche
  - Cookie Einstellun-gen
  - Kunden-rezen-sionen
- **Seiten**
  - Inhalte
  - Interaktion

SITEMAP


Horvathdruck
Startseite
Druck
Referenzen
Kontakt
Footer pages
Kontakt
Impressum
Datenschutz
Suche
Cookies
Kundenrezensionen

USER FLOW

Johanna benötigt Weinetiketten und möchte die Leistungen des Horvathdrucks durchforsten. Ebenso möchte sie Kundenrezensionen lesen, um sicher zu gehen, dass bisherige Kund:innen gute Erfahrungen gemacht haben. Anschließend möchte Johanna Kontakt aufnehmen, um ein Angebot einzuholen.

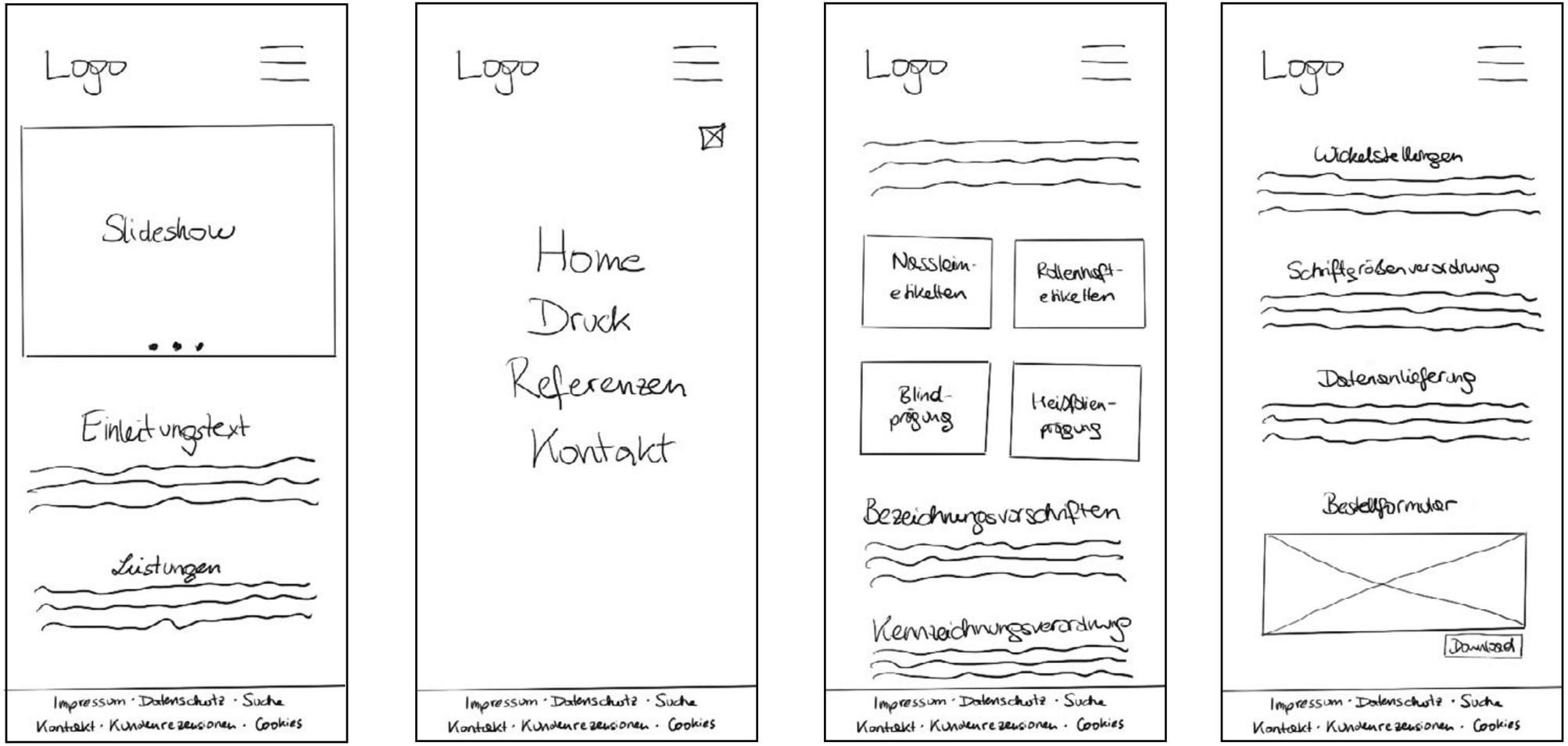


05

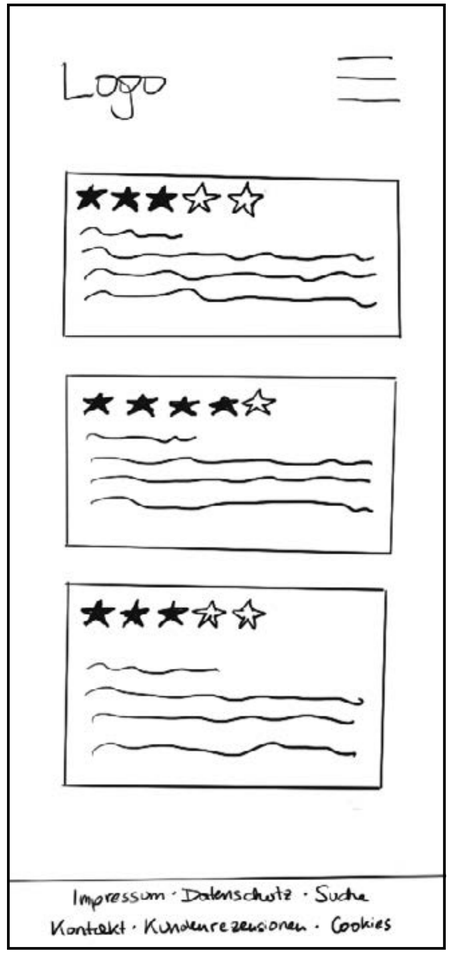
IDEA GENERATION

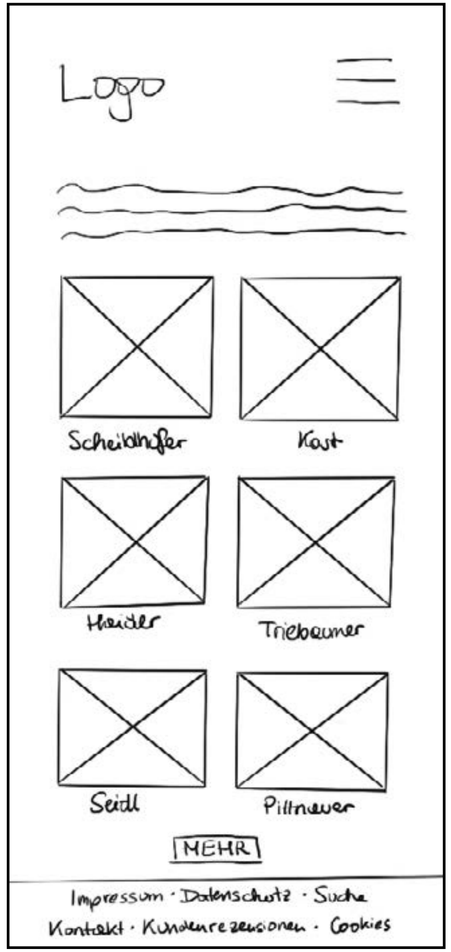
Scribbles Mobile & Desktop

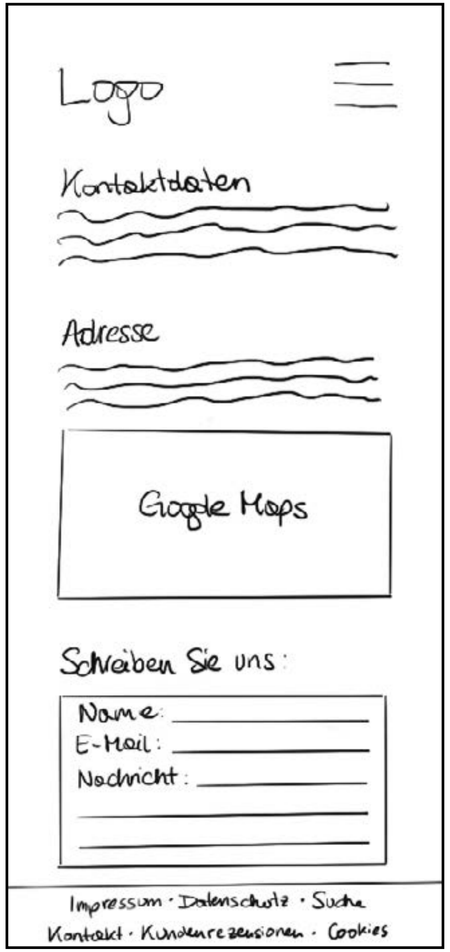
SCRIBBLES - MOBILE FIRST



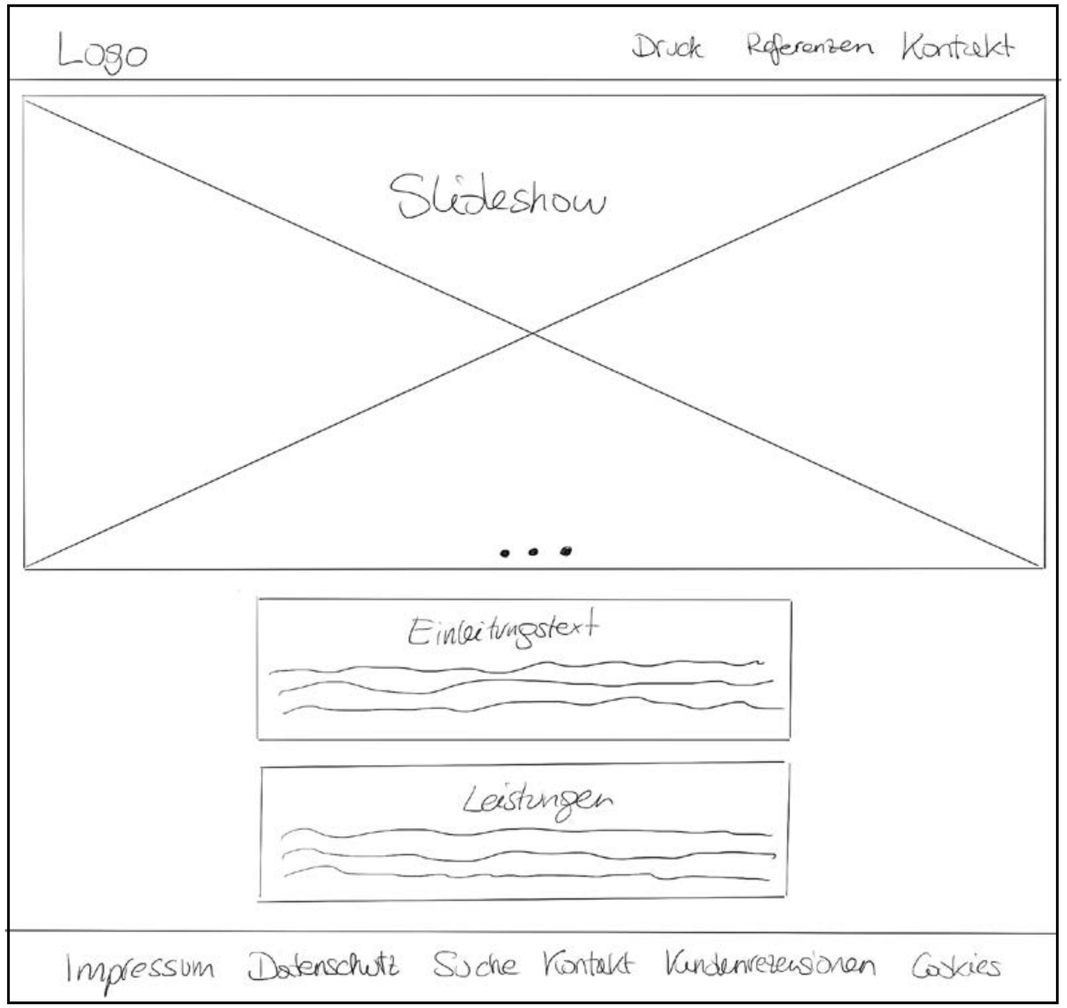
SCRIBBLES - MOBILE FIRST

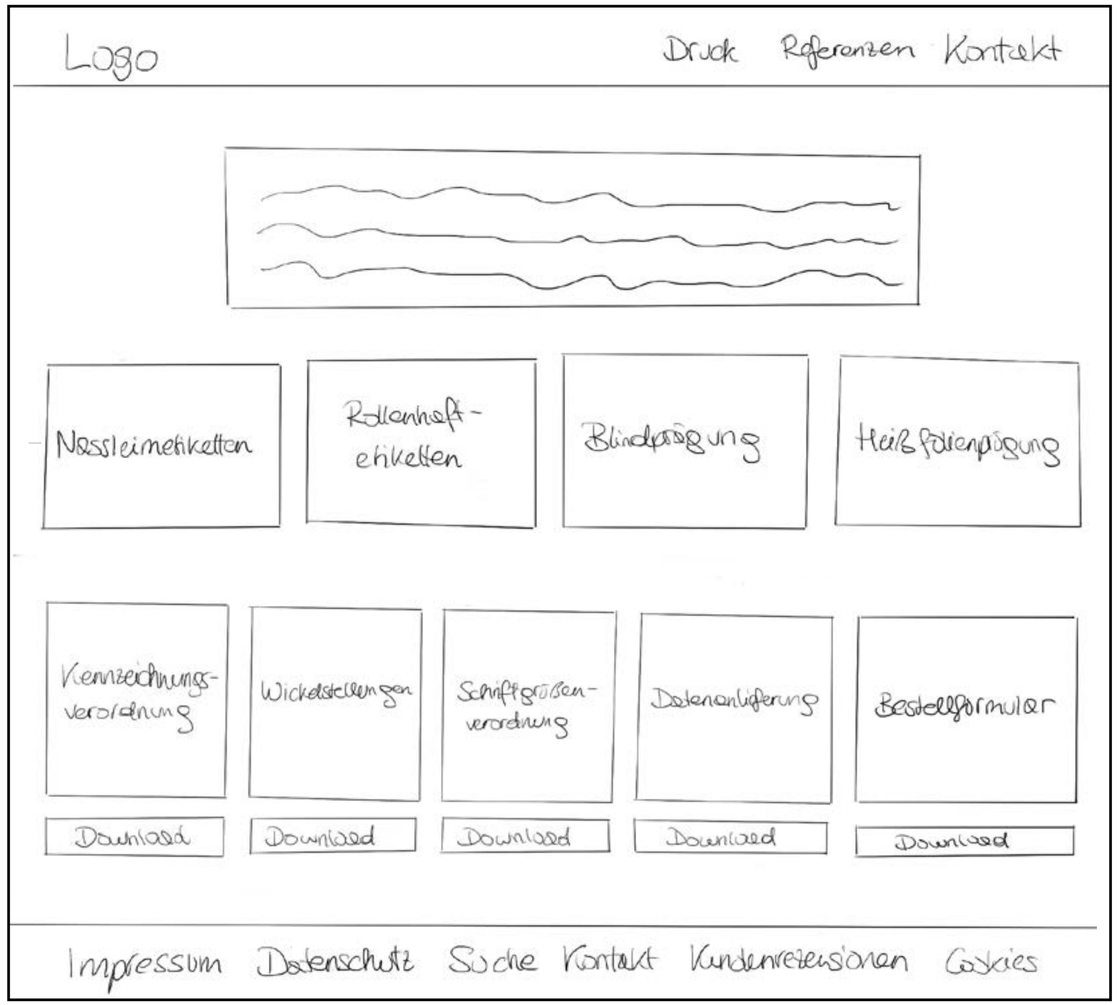




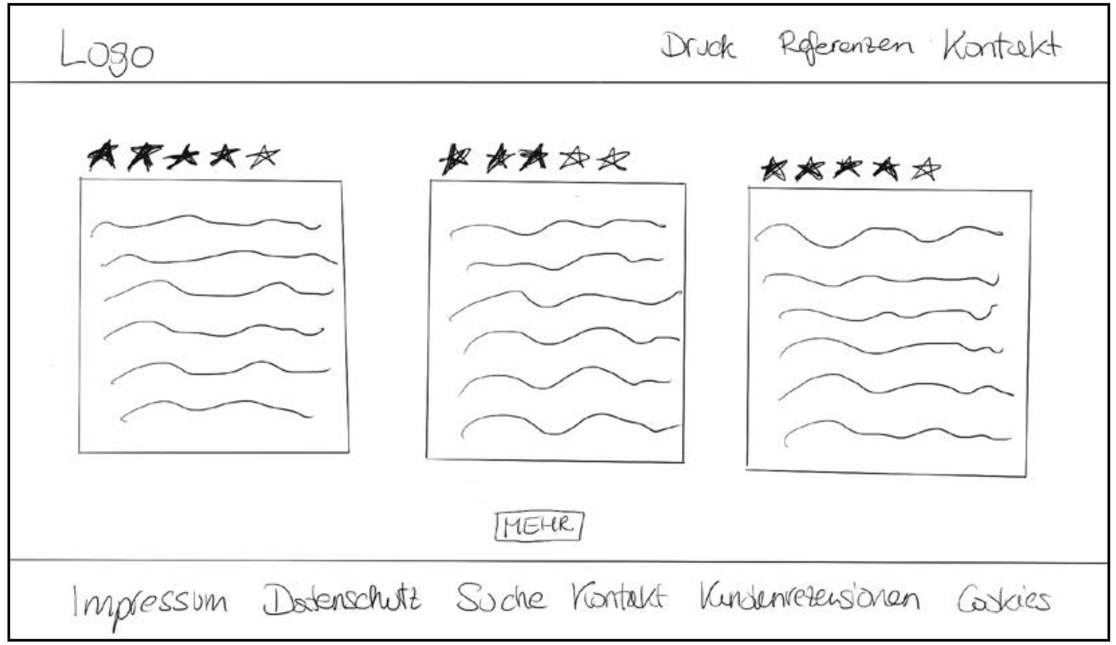


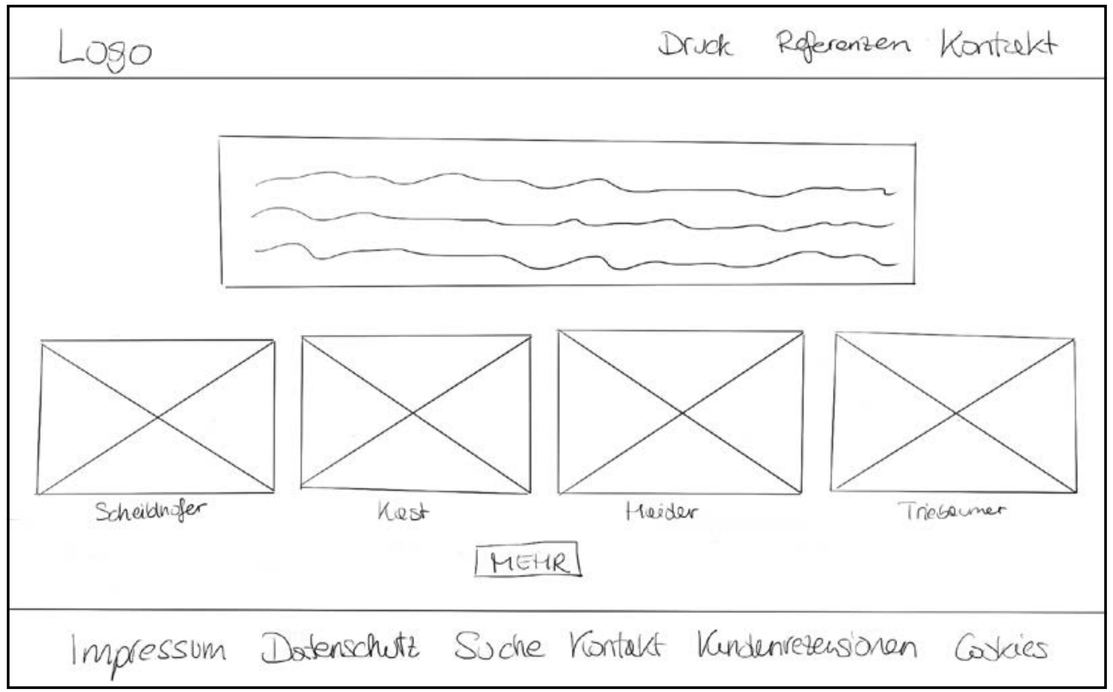
SCRIBBLES - DESKTOP



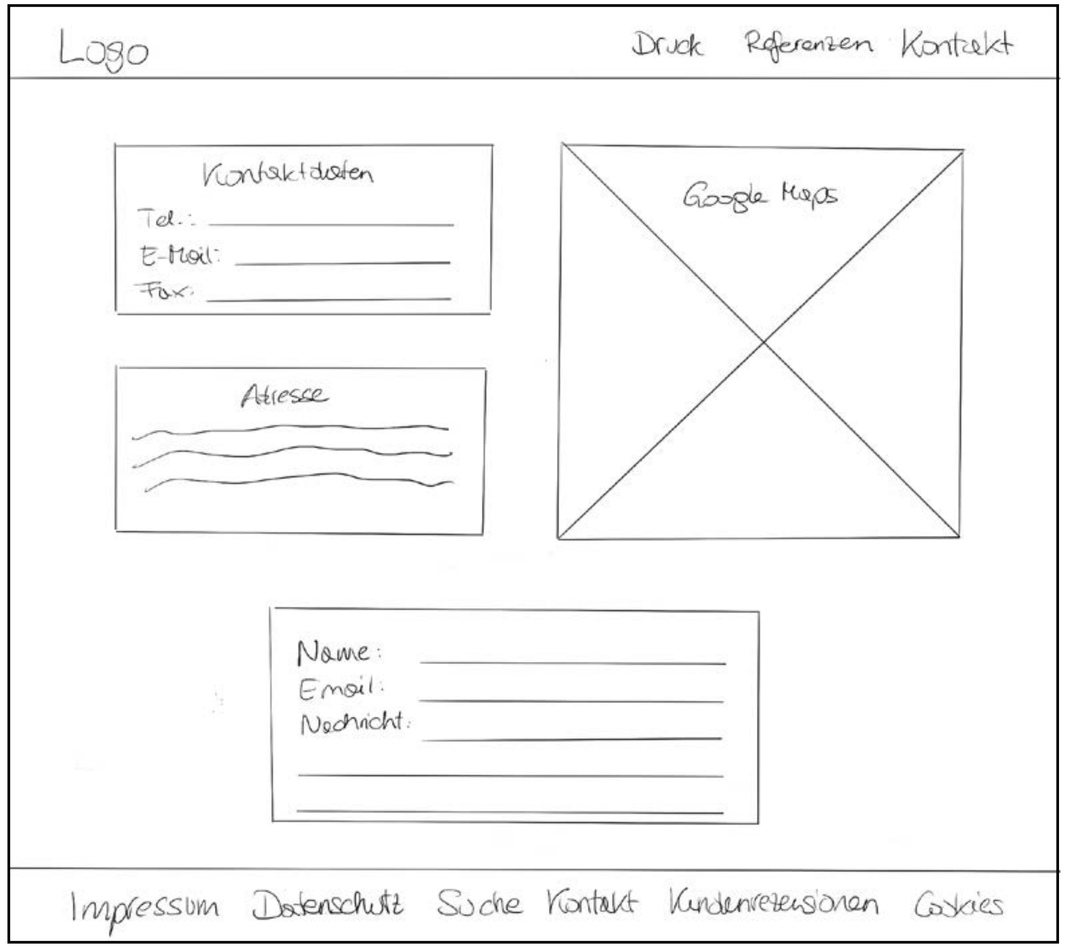


SCRIBBLES - DESKTOP





SCRIBBLES - DESKTOP



06

DESIGN THE USER EXPERIENCE

Klickbare LO-FI Prototypen

KLICKBARE LO-FI PROTOTYPEN

Auf den jeweiligen Screen klicken, um zu dem HI-FI-Prototyp zu gelangen.

07

DESIGN THE USER INTERFACE

Klickbare HI-FI Prototypen

KLICKBARE HI-FI PROTOTYPEN

Auf den jeweiligen Screen klicken, um zu dem HI-FI-Prototyp zu gelangen.

08

USER & USABILITY TESTING

Aufbau – Szenario – Ergebnisse – Positives Feedback & Verbesserungsvorschläge

AUFBAU

Usability Test des HIFI-Prototypens

Um mögliche Schwachstellen zu identifizieren wurde ein Usability-Test am HIFI-Prototypen durchgeführt. Gestetste wurden sowohl die mobile Website als auch die Desktop Variante.

Anzahl der Testpersonen: Zwei

Testmethoden: Thinking Out Loud Methode und SUS-Fragebogen

Getestete Version: Prototyp Mobile und Desktop

Ablauf des Tests

- Kurze Einführung in den Testablauf
- Vorstellung der Druckerei Horvathdruck
- Testszenario mit zwei Testaufgaben
- Abschließender Fragebogen zur Nutzung (SUS)
- Designgespräch

SZENARIO

Szenario

Stellen Sie sich vor, Sie sind Besitzer:in eines Weinguts und haben neue Weißweine im Sortiment.

Für einen dieser Weine benötigen Sie Weinetiketten. Sie wurden von einem Bekannten auf die Firma "Horvathdruck" aufmerksam gemacht und sehen sich nun auf der Website um.

Aufgabe 1

Verschaffen Sie sich einen Eindruck vom Unternehmen, indem Sie 1-2 Kundenrezensionen lesen und schauen Sie, wo sich der Standort der Druckerei befindet.

Aufgabe 2

Versuchen Sie herauszufinden, ob die Druckerei die Drucktechnik Blindprägung anbietet und nehmen Sie über das Kontaktformular mit der Druckerei Kontakt auf.

ERGEBNISSE

Schwierigkeit der Aufgabenlösung

1 bedeutet sehr schwierig, 7 sehr einfach.

Aufgabe 1

a) Einfachheitsgrad 7

b) Einfachheitsgrad 7

Aufgabe 2

a) Einfachheitsgrad 7

b) Einfachheitsgrad 7

Usability Analyse mittels SUS-Fragebogen

Mithilfe eines SUS-Fragebogens, welcher aus zehn Fragen mit je fünf Antwortoptionen besteht, kann ermittelt werden, wie nutzerfreundlich eine Software wahrgenommen wird. Der SUS-Fragebogen enthält fünf positiv und fünf negative Formulierungen zur Usability des zu bewertenden Systems.

Sowohl die Desktop- als auch die mobile Variante des Prototypens erzielten einen sehr guten Wert.

Der **SUS-Score** beträgt **90%** und **95%**, was für eine sehr zufriedenstellende Usability steht.

FEEDBACK & VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE

Positives Feedback

- Gut leserliche Schriftgrößen
- Einheitliches Design
- Abwechslungsreiche Darstellung der Bilder
- Gute Menüstruktur
- Schöner Gesamteindruck der Website
- Klare Navigation und Farbleitsysteme: Man weiß immer auf welcher Seite man sich befindet
- CTA-Button direkt auf der Startseite: Regt zur Interaktion an
- Eyecatcher auf Startseite Web durch Weinfleck
- Stimmige Farbwahl
- Schrift (H1) stellt Bezug zum Druck her

Verbesserungsvorschläge

- Mobile Home-Button ist nicht immer verknüpft
- Mobile Startseite: Information zu Digitaldruck geht etwas unter
- Startseite bunter gestalten
- Änderung der Schriftart (H1): Nicht immer lesbar (Weiß auf Schwarz)
- Verlinkung auf Bild zu GoogleMaps irritierend, weil sich GoogleMaps beim Ankommen immer öffnet: Verlinkung lösen

Usability-Test Website - Testskript

Site, Version:	Horvathdruck - Hersteller von Weinetiketten
Testperson:	
Alter, Beruf:	
Erfahrung:	
Datum:	
Uhrzeit:	
Testbetreuer:	Chiara Sparrer

Begrüßung der Testperson und Einführung in die Dauer sowie den Ablauf

Diese Sitzung **dauert maximal 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 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, 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 genauso, wie Sie das auch tun würden, wenn ich nicht dabei wäre.
Sie können mich jederzeit nach etwas fragen. Haben Sie noch offene Fragen? Dann stellen Sie sie mir jetzt gerne.

to do: Aufzeichnung von Bild und Ton starten

Vorbereitung (Aufwärm-Frage)

„Informieren Sie sich öfter online? Wenn ja, mit welchem Gerät? Mit dem Smartphone, Tablet oder PC/Laptop?“

© Jens Jacobsen | www.benutzerfreun.de

Szenario

„Wir befinden uns in folgendem Szenario: Stellen Sie sich vor, Sie sind Besitzer:in eines Weinguts und haben neue Weißweine im Sortiment. Für einen dieser Weine benötigen Sie Weinetiketten. Sie wurden von einem Bekannten auf die Firma „Horvathdruck“ aufmerksam gemacht und sehen sich nun auf der Website um.

Aufgabe 1: Lesen von 1-2 Kundenrezensionen und Eruierung des Standorts

„Sie sind nun auf der Website Horvathdruck. Verschaffen Sie sich einen Eindruck von dem Unternehmen, indem Sie 1–2 Kundenrezensionen lesen und schauen Sie, wo sich der Standort der Druckerei befindet.“

to do: Startseite öffnen

Aufgabe endet, wenn TN die Kundenrezensionen und den Standort der Druckerei gefunden hat oder sagt, er würde jetzt aufhören.

Retrospektives Interview Aufgabe

to do: zurück zur Startseite

„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

Aufgabe 2: Herausfinden des Druckangebotes und Kontaktaufnahme mittels Kontaktformular

„Versuchen Sie herauszufinden, ob die Druckerei die Drucktechnik Blindprägung anbietet und nehmen Sie über das Kontaktformular mit der Druckerei Kontakt auf.“

to do: Startseite öffnen

Aufgabe endet, wenn TN die Blindprägung gefunden hat und das Kontaktformular abgeschickt hat oder sagt, er würde jetzt aufhören.

Retrospektives Interview Aufgabe

to do: zurück zur Startseite

© Jens Jacobsen | www.benutzerfreun.de

„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

„Vielen Dank schon mal. Gibt es noch etwas, was Ihnen aufgefallen ist und was Sie mir sagen wollen?“

Dann:

„Ich habe noch ein paar Fragen zur Benutzung und einen kurzen Fragebogen.“

to do: SUS-Fragebogen durchführen

© Jens Jacobsen | www.benutzerfreun.de

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

Dann:

"Ich möchte noch kurz mit Ihnen über das Design sprechen. Ich würde Sie hierzu bitten, sich durch die Website zu klicken und zu erwähnen, was Ihnen gefällt und was nicht. Es gibt dabei kein Richtig oder Falsch."

to do: Designgespräch Version Desktop durchführen

„Vielen Dank! Nun zeige ich Ihnen noch die mobile Version der Website. Ich würde Sie nun bitten, diese Version zu öffnen und mir wieder Feedback zum Design zu geben."

© Jens Jacobsen | www.benutzerfreun.de

to do: Designgespräch Version Mobile durchführen

Danksagung

Verabschiedung

to do: Bild- und Tonaufzeichnung beenden und speichern

to do:

Vorbereitung der nächsten Sitzung

Browser zurücksetzen auf Startseite

Browser-Cache leeren

Einverständniserklärung, Stift und Papier bereitlegen

Beobachtungsbogen vorbereiten für Protokollierung

© Jens Jacobsen | www.benutzerfreun.de