Andreas Schwörer, Glykeria Koutsianou, Rudolf Baun , Bruno Zoller

HS Esslingen

Dokumentation

Projekt Mediengestaltung Gruppe 3

Inhalt

[Aufgabe 1: Challenge 2](#_Toc86247375)

[Aufgabe 2: Proto-Persona 4](#_Toc86247376)

[Aufgabe 3: Discovery Interviews 6](#_Toc86247377)

[Interview Leitfaden: 8](#_Toc86247378)

[Interview Auswertungen 10](#_Toc86247379)

[Aufgabe 4: Persona und Storyboard 13](#_Toc86247380)

# Aufgabe 1: Challenge

Unsere Gruppe entschied sich nach der ersten Vorlesung online zu treffen. Bis zu diesem Zeitpunkt sollte jeder eigenständig den Bericht überfliegen und sich schon im Voraus Gedanken über unsere Problemstellung machen.  
  
Die erste Ausarbeitung vor der zweiten Vorlesung sah wie folgt aus:

1. **Problemstellung**

Beschreibt das Problem, das ihr lösen wollt in 1-2 Sätzen

„Produktinformationen, in Bezug auf die Umwelt gehen auf dem Weg vom Händler zum Kunden verloren.“

Formuliert die Herausforderung als Frage (Wie können wir…)

„Wie können wir die Informationen über unsere Produkte für unsere Kunden zugänglich machen?“

1. **Benchmark**

Welche Lösungen oder Teillösungen gibt es bereits für das Problem?

„Hinweis auf Verpackung, in der Produktbeschreibung aus welchem Material das Produkt gemacht ist, recycelt etc.  
Umweltzeichen auf Verpackungen (Blauengel)  
Energielabel für elektronische Geräte  
Angabe des Produktionslandes/ Herkunftsland“

Beschreibt kurz (stichwortartig reicht): Wie gehen sie das Problem an?

„Integrierter Button/ Link auf der Produktseite  
Filteroption für Umweltinformation“

1. **Nutzungskontext**

Wo, wann bzw. in welcher Situation tritt das Problem auf?

„Bei der Produktauswahl, wenn ein Vergleich zwischen unterschiedlichen Produkten gemacht werden muss und eine Entscheidung gemacht werden soll, welches man kaufen möchte. Beim Einkaufsprozess, (aber auch beim Empfangen und Auspacken des Produkts.)“

Wie löst die Zielgruppe aktuell das Problem?

„Eigenrecherche.  
Direkter Kontakt mit dem Hersteller um Informationen zu erfragen.  
Austausch und Empfehlung von Freunden über bereits bekannte Shops mit Umweltinformationen.“

Welche Hilfsmittel setzen sie dabei aktuell ein und wie?

„Bücher, Zeitschriften und Suchmaschinen“

Nach der Präsentation unserer Aufgabe 1 mussten wir einige Aspekte abändern.

Themaspezifizierung: Aus der Sicht von Amazon ein Feature implementieren, welches Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeit der jeweiligen Produkte darstellt.

Überarbeitung der Frage:

1. 🡪 Formuliert die Herausforderung als Frage (Wie können wir…)

Wie können wir den Usern von Amazon die Nachhaltigkeit der Produkte auf einen Blick darstellen?

2. 🡪 Beschreibt kurz (stichwortartig reicht): Wie gehen sie das Problem an?

„Produktbeschreibung des Herstellers“, „Möglichkeit der Kundenbefragung über eine Fragen-und-Antworten-Zeile“

Durch diese Überarbeitung konnten wir auch deutlich einfacher unsere Proto-Personas erstellen.

# Aufgabe 2: Proto-Persona

Die fertigen Proto-Personas haben wir in einem separaten PDF-Dokument hinterlegt, hier folgt lediglich der Aufschrieb unseres Brain-Stormings.  
Die Bilder unserer Proto-Personas haben wir von Pixabay.com.

**Proto-Persona**

Name: Bob Alice  
Alter: 36 24  
Familienstand: Verheiratet Ledig  
Beruf: Medieninformatiker Kauffrau   
Geschlecht: Männlich Weiblich  
Ort: Berlin Altdorf  
  
**Ziele:**- Bob: Effiziente und verlässliche Technologien; innovative Benutzeroberflächen; größtmögliche Transparenz von Unternehmen;   
  
(Möchte bei jeder Bestellung zu jedem Produkt genaue Informationen zu den Umwelteinflüssen und Nachhaltigkeit haben und ist bereit dafür Stunden zu investieren falls es sein muss.)  
  
- Alice: Internationalen Austausch von Kultur und Geschichte; Gerechtere Arbeitsbedingungen für jede Arbeitsstelle;   
  
  
**Probleme:**- Bob: ist selten zufrieden mit der Qualität der Informationen; steigert sich gerne in überflüssige Themen rein;   
  
- Alice: knappe Freizeit; lässt sich zu oft von der Meinung anderer beeinflussen; Besorgt um die Regenwälder;  
  
  
**Bedürfnisse:**- Bob: Wünscht sich für seine Familie ein umweltbewussteres Leben; hat immer den Drang etwas Gutes zu tun;  
- Alice: Will so gut es geht im Trend der Mode bleiben; Zahlen spiegeln ihren Erfolg wieder, so müssen diese immer stimmen;

Recruiting:

Um ideal auf die Interviews vorbereitet zu sein, brauchten wir am besten Kandidaten, die ungefähr unseren Proto-Personas entsprechen. Wir haben unsere Bekannten und Familie gefragt und relativ schnell unsere Kandidaten gefunden. Alle befragten waren selbstverständlich informiert worden, in welchen Rahmen unsere Interviews genutzt werden. Der Vollständigkeit zu liebe haben wir dennoch eine Einverständniserklärung erstellt und vor den Interviews abgearbeitet.

Mit den abgeschlossenen Vorbereitungen fehlte nur noch das Interview an sich.

# Aufgabe 3: Discovery Interviews

Wir gaben uns selbst die Aufgabe, dass jeder ein paar Fragen für das Interview sammeln sollte. Daraus entstand dieses Grundgerüst:

**Interview:**

1. Was ist für dich Nachhaltigkeit?
2. Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit in deinem Alltag?
3. Wie setzt du Nachhaltigkeit in deinem Alltag um?
4. Wie kannst du die Rolle der Nachhaltigkeit in deinem Alltag verbessern?
5. Welche Produkte kaufst du bevorzugt online und welche im Laden?
6. Warum kaufst du die genannten Produkte online?
7. Warum kaufst du die genannten Produkte im Laden?
8. Wobei hast du bei der Auswahl der Produkte am meisten Wert gelegt und warum?  
   \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Amazon\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
9. Was war das letzte dass du bei Amazon bestellt hast?
10. Erzähle bitte, was waren deine Gefühle/Emotionen vor, während und nach dem Bestellen?
11. Was fiel dir bisher am besten auf der Amazon Seite auf?
12. Was fiel dir bisher am besten bei anderen Seiten auf?
13. Frei aus dem Kopf heraus, wie schätzt du die Nachhaltigkeit der Produkte auf Amazon ein?
14. Wie würdest du die Nachhaltigkeit der Produkte auf Amazon den Kunden näherbringen?

Daten erheben: Alter, Geschlecht, Beruf, etc.

Nach Rückmeldung unserer Dozentin, haben wir einige Fragen überarbeitet und geändert.  
Als Beispiel haben wir die ehemalige Frage 7 entfernt und Frage 8 mit einem Zusatz ergänzt.  
  
  
**Interview:**

1. Was ist für dich Nachhaltigkeit?
2. Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit beim online-shoppen? ~~in deinem Alltag~~
3. Wie setzt du Nachhaltigkeit beim Bestellen (~~in deinem Alltag)~~ um?
4. Wie kannst du die Rolle der Nachhaltigkeit für dich (~~in deinem Alltag~~) einbringen/verbessern?
5. Welche Produkte kaufst du bevorzugt online und welche im Laden?
6. Warum kaufst du die genannten Produkte online?
7. ~~Warum kaufst du die genannten Produkte im Laden?~~
8. Wobei hast du bei der Auswahl der Produkte am meisten Wert gelegt und warum?  
   (Hier bitte auf die in 6 genannten Produkte eingehen)  
   \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Amazon\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
9. Was war das letzte dass du bei Amazon bestellt hast?
10. Erzähle bitte, was waren deine Gefühle/Emotionen vor, während und nach dem Bestellen?
11. Was fiel dir bisher am besten in der Amazon App auf?
12. Gibt es Design-/Bedienelemente die dir bei anderen Apps positiv aufgefallen sind? ~~Was fiel dir bisher am besten bei anderen Seiten auf~~
13. Wie würdest du vorgehen, wenn du die Nachhaltigkeit von Amazon Produkten in Erfahrung bringen möchtest?  
    (~~Frei aus dem Kopf heraus, wie schätzt du die Nachhaltigkeit der Produkte auf Amazon ein~~)?
14. Wie würdest du dir wünschen, dass Amazon die Nachhaltigkeit der Produkte dir näherbringen würde?

Dieses Gerüst schien uns gut gelungen zu sein. Wir brachten die Fragen mit der Einverständniserklärung und kleinen Ergänzungen in folgenden Interview Leitfaden zusammen.

## Interview Leitfaden:

Integration der Nachhaltigkeit in die Amazon App

Dieser Bogen dient der Orientierung für den Interviewführer. Vorgesehen ist, dass die Antworten auf einem separatem Blatt Papier notiert werden. Anbei bitte die Einverständniserklärung ausfüllen.

**Ziel:**Durch gezielte Fragestellung im Interview soll der Wissensstand über Nachhaltigkeit der Produkte, die durch die Nutzung der Amazon App einhergeht genauer untersucht werden.

*< Begrüßung und kurze Einführung >*

**Einverständniserklärung:**

Im Rahmen dieses Projektes werden ein paar personenbezogene Daten benötigt. Welche Daten erfasst werden folgt unten. Die Daten werden vertraulich behandelt, nur bis zur Fertigstellung der Auswertung für Personas gespeichert und sind unzureichend, um auf die Identität des Befragten zurückzuführen. Sollten der zu interviewende den oben genannten Bedingungen nicht zustimmen darf kein Interview stattfinden.

Zu erhebende Daten:  
Alter;  
Geschlecht;  
Tätigkeit:  
Familienstand;  
Stadt.

Ich bin einverstanden, dass meine Daten zu den oben aufgeführten Bedingungen genutzt werden:

Unterschrift/Datum: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*< Vorbereitung des Moderators und des Assistenten auf die Befragung >*

Alter: \_\_\_\_;

Geschlecht: □ Männlich □ Weiblich □ Divers;

Tätigkeit: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

Familienstand: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, mit \_\_ Kindern;

Stadt: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

*< Beginn mit dem Interview >*

Interview

1. Was ist für dich Nachhaltigkeit?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit beim online-shoppen?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Wie setzt du Nachhaltigkeit beim Bestellen um?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Wie kannst du die Rolle der Nachhaltigkeit für dich einbringen/verbessern?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Welche Produkte kaufst du bevorzugt online und welche im Laden?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Warum kaufst du die genannten Produkte online?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Wobei hast du bei der Auswahl der Produkte am meisten Wert gelegt und warum?  
   (Hier bitte auf die in 6 genannten Produkte eingehen)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Amazon\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Was war das letzte dass du bei Amazon bestellt hast?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Erzähle bitte, was waren deine Gefühle/Emotionen vor, während und nach dem Bestellen?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Was fiel dir bisher am besten in der Amazon App auf?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Gibt es Design-/Bedienelemente die dir bei anderen Apps positiv aufgefallen sind?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Wie würdest du vorgehen, wenn du die Nachhaltigkeit von Amazon Produkten in Erfahrung bringen möchtest?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Wie würdest du dir wünschen, dass Amazon die Nachhaltigkeit der Produkte dir näherbringen würde?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*< Bedanken ggf. Smalltalk und Beenden >*

Mit diesem Leitfaden waren wir in der Lage, unsere Fragen zu stellen und zu sehen, ob wir mit unseren Proto-Personas richtiglagen, was die Einschätzung unserer Zielgruppe angeht.

Nach der Durchführung der Interviews trafen wir uns wieder und haben folgende Ergebnisse zusammengetragen:

## Interview Auswertungen

**1.       Was ist für dich Nachhaltigkeit?**

Etwas ist nachhaltig, wenn über den gesamten Lebenszyklus die Umwelt geschont wird. Wenn weiter als nur bis zum Verkauf gedacht wird.

Nachhaltigkeit sind Dinge, die man reparieren kann und wiederholt nutzbar sind.

**2.       Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit beim online-shoppen?**

Keine, i.d.R. weiß ich genau was ich bestellen will

Geringe Rolle, Ursprung des Produkts, Transport

**3.       Wie setzt du Nachhaltigkeit beim Bestellen um?**

Fokus auf: Material, Qualität, Erneuerbarkeit

Einzelbestellungen vermeiden, sondern eine große Bestellung tätigen mit den Produkten, die man braucht.

**4.       Wie kannst du die Rolle der Nachhaltigkeit für dich einbringen/verbessern?**

Mehr auf die Herkunft und den Herstellungsprozess achten.

Höchstens Eigenrecherche über Herstellerinfo

**5.       Welche Produkte kaufst du bevorzugt online und welche im Laden?**

Lebensmittel, Drogerieartikel, Möbel und (Elektrogeräte) im Laden.

Wenn es nicht im Laden gibt, Kleidung und Nahrungsergänzungsmittel kaufe ich online.

Online: ​​Kleinteile, Dinge die bei Ankunft einen geringen Überraschungseffekt haben könnten

**6.       Warum kaufst du die genannten Produkte online?**

Sondergrößen, Mengen oder bestimmte Marken gibt es nur online und selten im Laden

Außerdem erhält man vor Ort leider wenige Informationen über das Produkt.

Bequemlichkeit

Klamotten: Da Preis Leistung meistens immer passt und die Lieferung schnell ist und es vor Ort leider meist teurer ist.

**7.       Wobei hast du bei der Auswahl der Produkte am meisten Wert gelegt und warum?**

**(Hier bitte auf die in 6 genannten Produkte eingehen)**

Klamotten: Preis/Leistung, gute Qualität und Passform.

Preis/Leistung

Verfügbarkeit

Positive Rezensionen anderer Kunden

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Amazon\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**8.       Was war das letzte, dass du bei Amazon bestellt hast?**

Terminkalender, Geburtstagsgeschenk, T-Shirt von S.Oliver, Omega 3 Kapseln

**9.       Erzähle bitte, was waren deine Gefühle/Emotionen vor, während und nach dem Bestellen?**

Vor:

gestresst, (Geburtstagsgeschenk → eilig)

zufrieden, neutral

neugierig und gespannt, aber genervt, wenn man nichts findet

Während:

Höchst konzentriert und genervt, weil kein Prime hat

Aufgeregt (im positiven Sinne)

Angst, dass es nicht pünktlich ankommt, da es ein Geburtstagsgeschenk war

Danach:

Unsicher, ob enttäuscht oder bestätigt wird / ob alles unbeschädigt, verunsichert klappt alles so

Erleichtert, Glücklich wegen schneller Lieferung

**10.   Was fiel dir bisher am besten in der Amazon App auf?**

Menübalken, der mir alle wichtigen und relevanten Themen bereitstellt

Übersichtliche Icons z.B. für mein eigenes Konto

Meine getätigten Bestellungen sind schnell und gut ersichtlich.

Einkaufslisten-Funktion: Organisation seiner Einkäufe

Amazon “Best-Choice” Markierung

Bestellbutton gut hervorgehoben, man weiß, dass jetzt bestellt wird

**11.   Gibt es Design-/Bedienelemente die dir bei anderen Apps positiv aufgefallen sind?**

    Netflix: Kategorien wurden gut und anschaulich dargestellt. Vorschau Bilder der Filme und Serien sind interessant und ändern sich immer wieder. Trailer Vorschau gefällt mir auch, sowas könnte man z.B. auch bei Amazon umsetzen und ein Produktvideo erstellen

**12.   Wie würdest du vorgehen, wenn du die Nachhaltigkeit von Amazon Produkten in Erfahrung bringen möchtest?**

Nachschauen, ob man das gesuchte Produkt und Informationen auch direkt auf der Herstellerseite findet

Produktbeschreibung auf Amazon durchlesen, viele Hersteller schreiben Details zum Herstellungsort, Material etc. dazu

Kundenbewertungen in Bezug auf Nachhaltigkeit durchgehen

Nach verfügbaren Ersatzteilen suchen.

**13.   Wie würdest du dir wünschen, dass Amazon die Nachhaltigkeit der Produkte dir näherbringen würde?**

Liefer- Details wie z.B. Versanddatum besser ersichtlich machen (im Warenkorb). Damit mehrere Produkte zusammen geliefert werden und nicht einzeln. Nicht immer möglich.

Erweiterung des Produktsortiments und mehr Auswahl anbieten, welche auf Nachhaltigkeit Wert legen.

Schon bei der Produktübersicht vielleicht eine Art Ampel einbauen die eine Farbe hat entsprechend der Umweltverträglichkeit. Auch zu beachten die verschiedenen Stationen entlang des Lebenszyklus des Produkts mit den Farben der Ampel zu bewerten. Könnte als aufklappbarer Button gemacht sein.

Nachhaltigkeitsfilter und im Voraus Nachhaltige Produkte markieren (wie Amazon Prime), ohne die Produktbeschreibung lesen zu müssen.

Mit einer kleinen Infotabelle mit den Wichtigsten Informationen zur Nachhaltigkeit in der Nähe des Preises. Infotabelle könnte ähnlich wie die Nährstofftabelle sein. Die Informationen sollten zentral erhoben werden von Amazon oder einer anderen Organisation und sollten vollständig sein. Keine Informationen dürfen ausgelassen werden.

Erhobene Daten der Befragten:

Alter: 18,20,25, 25,28 J

Männlich: 3 Stk. Weiblich: 2 Stk.

Tätigkeit: Producer, Sachbearbeiter, Studentin, Azubi 2 Stk.

Fam. Stand: ledig alle

Stadt: Tübingen, Reutlingen, Sindelfingen, Stuttgart

Uns ist aufgefallen, dass ein Interview immer noch besser sein kann und nie perfekt ist. Ein paar Fragen, von denen wir dachten sie wären klar, schienen die Befragten auf andere Art verstanden zu haben, oder sie konnten nur schwer, klar ausdrücken was sie dachten.

Dieses Interview hat dazu beigetragen unsere Zielgruppe besser zu verstehen. Besonders war für uns die Erkenntnis, dass die individuelle Perspektive der Befragten, unsere Aufgabe einen gemeinsamen Nenner zu finden, um daraus nützliche Informationen zu gewinnen, sehr erschwert hat.

Nun haben wir unsere Personas überarbeitet und folgende Ergebnisse erhalten.

# Aufgabe 4: Persona und Storyboard

Finale Persona:

Die größte Änderung ist die Biografie, die in der Proto-Persona komplett gefehlt hat und der Persona erst das Leben eingehaucht hat. Natürlich handelt es sich hierbei um fiktive Personen, jedoch hilft die Bio den Leser in die Perspektive dieser Persona zu versetzten.

Die fertigen Personas befinden sich in einer separaten PDF Datei.

Das Motto der beiden Personas haben wir in die zwei Definitionen geändert, die wir aus Frage 1 unseres Interviews gewonnen haben. Der Kritik seriöse Namen zu verwenden sind wir nachgegangen.

Besonders schwer fiel es uns die Probleme in tatsächliche Probleme umzuformulieren. Jetzt sind sie etwas passender, aber immer noch schwer als Problem zu sehen. Probleme die keinen Bezug zu unserem Thema haben wurden entfernt und ersetzt mit z.B. der Problematik einer Gefragten.

Storyboard:

Unser Storyboard soll dem Betrachter einen besseren Einblick in ein konkretes Szenario geben und eine gewisse Empathie zu unserer Zielgruppe aufbauen.

Wir wählten Alice Gerber (Persona 2) zu unserer Protagonistin aus.  
Es sollte klar zu erkennen sein, dass ein kaputtes Hemd der Auslöser für die Geschichte ist.  
- warum? Es könnte repariert oder neu bestellt werden. Beides Ansätze aus den Interviews.  
Der mittlere Teil der Story soll den Fokus auf unser Hauptthema setzen, „Integration der Nachhaltigkeit in die Amazon-App“. Vielleicht nicht direkt auf Amazon bezogen, aber auf alle Online-Shops, die wie Amazon bessere Nachhaltigkeitsinfo zeigen könnten.  
Der Wendepunkt, von der Idee etwas Umweltfreundliches zu bestellen, zurück zur alten Routine, ist uns wichtig, weil das gut verdeutlicht wie der Mensch bei zu viel Widerstand reagiert. Hier natürlich nicht zum Wohle der Umwelt, aber der Leser versteht die Story und kann eine Verbindung zu Alice fühlen.

Die Story hat für Alice ein gutes Ende genommen, aber das Ergebnis unseres Projektes soll hoffentlich den kritischen Wendepunkt für zukünftige Stories abhalten.

Mimik zeigt Alices Emotionen und Unterschriften geben die nötigen Informationen, dem Leser den Fokus auf die wichtigsten Elemente zu richten.

Das Storyboard befindet sich in einer separaten Datei.

Mit einem guten Einblick in das Leben einer unserer Personas, fingen wir das Sketching an.

# Aufgabe 5: Sketching

Der Sketch sollte nach dem Design von Amazon erfolgen. Schließlich beinhaltet unser Thema Amazon. Jedoch hatten wir die Aufgabe ein App-Konzept zu designen, also konnten wir das Design nicht 1:1 von Amazon übernehmen. Wir mussten also einen Mittelweg finden damit man erkennt, dass unser Produkt zu Amazon gehört, aber auch einzigartig ist.

Wir erstellten ein sozusagen proto-Sketch, das sehr an vorhandenes Design angelehnt war und weniger selbst gezeichnet war. Daraus war unsere Idee auch nicht gut ersichtlich.

Mit dem zweiten Sketch Anlauf hatten wir dann ein selbstkreierter und zeigefähiger Sketch, der zeigt, dass uns ein übersichtliches Design und einfache Bedienung wichtig ist. Hier hatten wir stets die Bemühung die Nachhaltigkeitsinformationen gut ersichtlich darzustellen.

Der Sketch befindet sich in einer separaten Datei.

Das erste Bild des Sketches soll das normale Amazon-Design repräsentieren, mit dem Unterschied, dass wir hier einen Go-Green Button eingebaut haben. Dieser sollte zu unserer Version der App führen.

Der zweite Screen ist unser erster Screen, der unser Design vertritt - sollte es dann zum UI Design übergehen. Hauptmerkmal ist das Dreieck in der unteren rechten Ecke jedes Produktes. Dort ist eine Zahl hinterlegt, die die Nachhaltigkeit des Produktes darstellt, welche in einer weltweit einheitlichen Skala definiert ist. Dem digitalen Produktpass. Wie sich diese Zahl zusammenstellt kann im nächsten Bild erkannt werden.

Der dritte Teil des Sketches ist in vier Bilder eingeteilt worden, weil hier mehr Information dargestellt wird als auf einen Screen passt. Das Dreieck mit der Zahl ist auch hier vorhanden. Weiter unten im Screen wollten wir die typischen Inhalte einbauen, die man bei einer Shopping App erwartet. Informationen, zum Produkt, der Nachhaltigkeit und dem Hersteller. Der Teil der Nachhaltigkeitsinformationen sollte die schon oben angesprochenen Details beinhalten, wie sich die Gesamtwertung berechnet. Warum die einzelnen Wertungen sind wie sie sind, soll der Kunde in einem Info Text des jeweiligen Unterpunktes nachlesen können. Sollten weiterhin Zweifel bleiben, verweist ein Link auf die Quellen.

Der vierte Screen ist der Einkaufswagen mit der Übersicht der zu tätigenden Bestellung. Den Interviews konnten wir entnehmen, dass eine Option gewünscht wurde die Bestellung in einem Paket zu versenden. Weitere Details wie wir diesen Screen füllen können ergaben sich während des Prototyping.

Der Sketch war somit fertig und wir begannen unseren Wireframe zu gestalten.

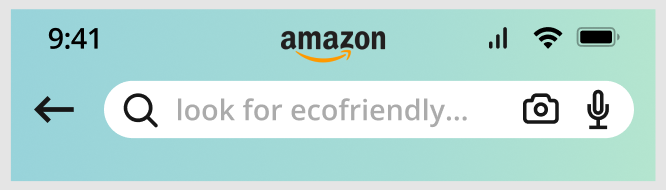
# Aufgabe 6: Wireframing & Prototyping

Ein Wort vorweg, unser Team hatte nicht von Anfang an den Überblick, dass in der Aufgabe 6 bereits die inhaltlichen Details der Screens ausgearbeitet sein sollten, bevor man mit den UI Design anfängt. Deshalb haben manche Änderungen teils in dieser und teils in der nächsten Aufgabe stattgefunden. Die Grenzen zur nächsten Aufgabe verschwimmen sozusagen.

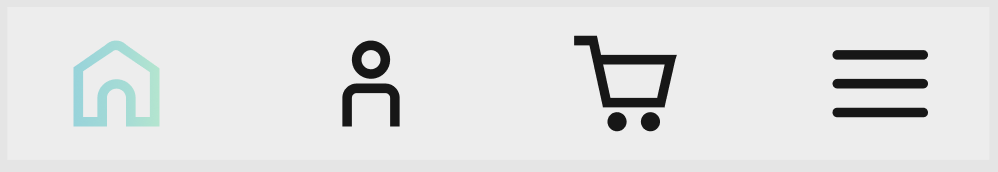
Frühere Stadien der Screens haben wir nicht dokumentiert. Warum wir unser Gerüst und Design gewählt haben wie es nun ist, wird in den nächsten zwei Abschnitten hoffentlich klarer.

Jedenfalls hatten wir mit unserem Sketch schnell ein Gerüst aufgestellt. Mit diesem konnten wir uns leichter Gedanken machen, wie wir die einzelnen Verbindungen zum nächsten Screen machen wollen.  
Logischerweise sollte die Bedienung intuitiv und besten falls bekannt sein. Also bedienten wir uns der Navigationsmöglichkeiten, die wir in anderen Apps finden konnten.

Dazu gehören Header der Form wie es Amazon nutzt:

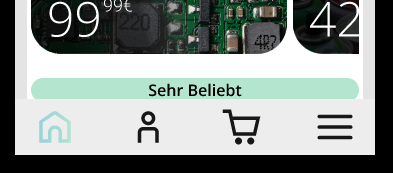
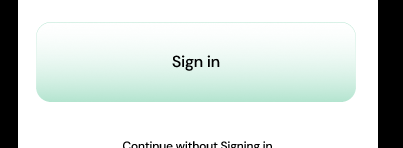
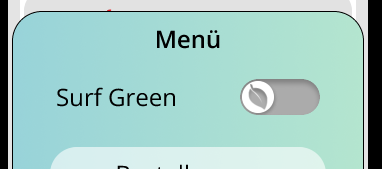
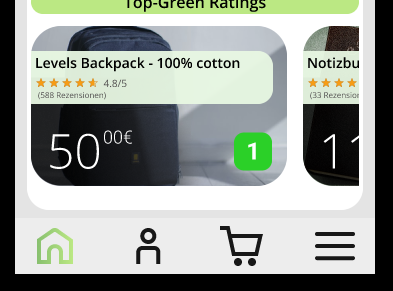
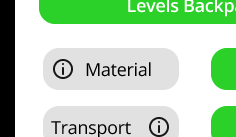
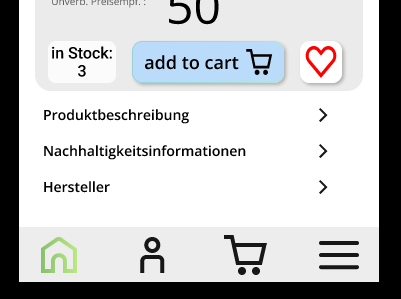
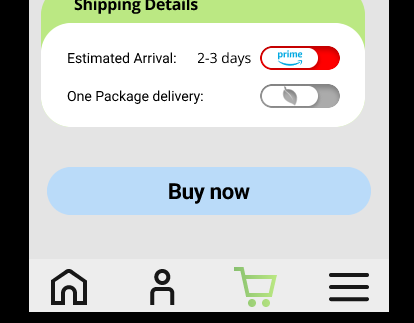
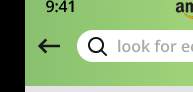


Und ein Hotbar, wie er in den meisten Apps heutzutage verwendet wird:



Mal mit mehr, mal mit weniger Icons zur Auswahl.

Jeder Screen den wir selbst erstellt haben hat auch eine Funktion/ein Element, welches wir für die Nachhaltigkeitspräsentation für unsere Zielgruppe eingebaut haben. Vermeintlich „fehlende“ Screens haben wir nicht eingebaut, weil es der Auswertung unserer Interviews zufolge keine Funktion/Element gibt, welches in diese Screens eingebaut werden musste, die ohnehin schon existieren. Somit hätten wir lediglich bestehende Screens kopieren müssen, was keinen Mehrwert für unser Projekt bietet.  
Ein Beispiel hierfür wäre ein eingeloggtes Userprofil. Wir haben einen Login-Screen damit der Button im Hotbar eine Funktion aufweist. Jedoch wäre einen weiteren Screen mit Userinformationen und einem Profil zu gestalten für unser Projekt nur unnötiger, zusätzlicher Zeitaufwand gewesen.

In der realen App wären selbstverständlich mehr Funktionen möglich als bei unserem Prototyp. Hier die Funktionen in der Übersicht.  
  
- Unser Main-Screen Bietet die Möglichkeiten über den Hotbar sich einzuloggen (Männchen-Icon) oder die Einstellungen (Hamburger-Icon) zu öffnen. Dort kann mit Hilfe des Switches in den Surf-Green Modus gewechselt werden. (Scrollbar)  
  
  
- Der Login-Screen bietet sowohl in der grünen als auch in der normalen Version nur die Möglichkeit den „Sign in“ Button zu betätigen, wodurch man wieder zum vorherigen Screen gelangt.  
  
  
- Durch das Menü (Hamburger-Icon) kann nur durch die Green Version und normale Version von Amazon gewechselt werden. Hierfür wird wie schon erwähnt der Switch Schalter benutzt. Zum Schließen ohne zur Green-Version zu wechseln, einfach wieder das Icon drücken oder außerhalb des Menüs tippen.  
  
  
- Im Green-Main-Screen kann man zum Login-Screen wechseln, in den Shopping-Cart gelangen (Wagen-Icon), das Menü öffnen oder das Produkt Panel mit dem Rucksack antippen, um auf diese Green-Produktseite zu gelangen. (Scrollbar)  
  
  
  
  
  
- Im Green-Produkt-Screen angelangt, kann navigiert werden: Green-Main-Screen (Haus-Icon), Shopping-Cart per Wagen-Icon und „add to cart“ Button; Drei Drop-Downs können ausgeklappt werden. Innerhalb der Nachhaltigkeitsinfo kann auf Material getippt werden, als Vorschau für die anderen Infos öffnet sich hier ein weiteres Dropdown. (Scrollbar)  
  
  
- Im Shopping-Cart können zwei Switches getippt werden und das Haus-Icon um zum Green-Main-Screen zu gelangen. (Scrollbar)  
  
- Insgesamt haben wir versucht jedes Mal den Pfeil im Header mit der Funktion zurück zu belegen.  


Die hier gezeigten Bilder wurden aus unterschiedlichen Zuständen des UI Designs herausgenommen. Kleinigkeiten auf den Bildern könnten vom fertigen Design abweichen.

# Aufgabe 7: UI Design

Der Aufgabenstellung zufolge sollten wir mindestens drei Screens auswählen, die wir mit unserem eigenen Design versehen. Unsere Wahl fiel auf den Green-Main-Screen, den Product-Screen und den Shopping-Cart.

Anhand des normalen Main-Screens und unserer grünen Variante, kann ganz einfach verglichen werden welche Unterschiede wir eingebaut haben, um die Umweltansicht zu identifizieren. Die Farbpalette für das Design ändert sich zu mehr Grüntönen und die Labels für die Klassifizierung erscheinen. Dazu ist im Menü der Switch-Schalter auf Grün. Hier ist das Blatt Icon ein sehr klares und intuitives Zeichen für die Umwelt.

Wichtig für eine angenehme User Experience ist einheitliches Design. Dafür haben wir uns als erstes mit dem Design des Headers und des Hotbars beschäftigt. Praktischerweise konnten wir dadurch auch unser Fokus für die weiteren Screens voll und ganz auf die mittleren Frames richten.  
Der Header hat einen für das Auge angenehmen Farbverlauf und für Shopping-Apps typisch eine Suchleiste mit Icons für die Lupe, Kamera und Mikrofon, wie es mittlerweile Standard ist. Das ist für die Barrierefreiheit ein wichtiger Punkt. Z.B. können nicht alle Menschen so gut Tippen, also sprechen sie es ein. Der Pfeil im Header ist gewohnt durch Browser, dass hiermit zurück navigiert werden kann.  
Der Hotbar zeigt durch die Einfärbung des entsprechenden Icons wo sich der User aktuell befindet. Auch hier simples Design mit herkömmlichen Icons. Header und Hotbar bilden den Rahmen um alle Inhalte und sind somit immer sichtbar.

Insgesamt wollten wir ein simples Design haben, welches nicht zu sehr vom Inhalt der App ablenkt, aber auch positiv auffallen sollte. Die abgerundeten Ecken der Kacheln und Buttons ist an das typische Design für Smartphone Applikationen angelehnt.

Green-Main-Screen (GMS)

Die grobe Struktur des GMS haben wir von Amazon zum Sketch und vom Sketch ins Design übernommen. Oben den Header, unten den Hotbar zur Navigation und mittig den Frame für die Inhalte der Screens. Aber auch der Main-Screen ist komplett von uns designt worden.

Das Erste ist ein Tab-Bar mit mehreren Kategorien unter welchen nur im GMS Top-Green aufgeführt wird, damit User einfach ihre Suche mit diesem Tab begrenzen können. Hier sollten Produkte aufgeführt sein, die eine sehr gute Umweltklassifizierung haben. Gleiche Ergebnisse können auch unter „Alle Kategorien“ im unteren Bereich „Top-Green Ratings“ gefunden werden. Dazu später mehr. Tabs sind sehr bekannt und ermöglichen eine einfache Orientierung, deshalb wollten wir dieses Feature auch bei unserer App einbauen.

Für Amazon typisch ist natürlich Werbung. Diese haben wir gemäß Amazons Gerüst als obere Kachel eingebaut. Auf der normalen Ansicht befindet sich die gleiche Werbung nur ohne Umweltlabel und in anderer Farbe.

Amazon bietet die Funktion, bereits gekaufte Produkte unkompliziert nochmals zu kaufen. Mit der Überschrift „Zuletzt gesehen“ spielen wir aber auf die nächste Funktion von Amazon an – bereits gesehene Produkte oder ähnliche Produkte vorgeschlagen zu bekommen.

Der Top Green Ratings Bereich zeigt lediglich Produkte an, die eine Klassifizierung zwischen 1 und 2,4 (abgerundet 2) nachweisen. Damit können User, die ausschließlich umweltbewusst online shoppen wollen schnell fündig werden.

Unserem Sketch zufolge sollten die Zahlen der Umweltklassifizierung in einem Dreieck am unteren Eck sein. Leider verdeckte das Dreieck dadurch sehr viel vom Vorschaubild des Produktes. Zudem hatte es einen besseren Eindruck gemacht als wir noch keine weiteren Infos auf dem Bild hatten. Mit beigefügtem Label, Preis und Schattierung unter dem Preis war am Ende fast nichts mehr vom Bild zu sehen. Somit mussten wir eine schlichtere Form für die Klassifizierung finden. Zu beachten ist, dass die Bilder nicht ideal sind. Hier sollten idealerweise Bilder stehen, die klare Produktfotos sind. Wir mussten uns aber mit dem zufriedenstellen was wir finden konnten, ohne nach Lizenzen fragen zu müssen.

Preise werden nach unserem Design groß dargestellt, weil der Preis in Einkäufen die ausschlaggebende Rolle erfüllen kann. Trotzdem sollte der User nicht vom Preis „erschlagen“ werden.

Das Label auf den Vorschaubildern erfüllt die nötigen Kriterien, um als Amazon Label durchzugehen. Konkret ist hier die Rede von Titel, Rezensionen Anzahl und die durchschnittliche Sternebewertung. Mehr Informationen wären hier zu viel unserer Meinung nach.

Laut unserem Sketch wäre der Switch-Schalter unter der Suchleiste. Wir packten diesen aber in das Menü, weil dauerhaft sichtbar wäre dieser für das Shopping Erlebnis eher hinderlich. Den Platz haben dadurch für den Frame und dessen Inhalt gewonnen.

Produkt-Screen (PS)

Dieser Screen soll das Nötige zeigen, was der User braucht um sich ggf. für den Kauf zu entscheiden. Dabei sollten alle Informationen vollständig sein. Wir haben absichtlich auf ablenkende Werbung und weitere Vorschläge verzichtet.

Der Titel spiegelt das Label von der Vorschau wieder und ist mit einem grünlichen Rahmen hinterlegt, um zu verdeutlichen das sich der User hier weiterhin in der Surf-Green Version befindet.

Das Bild ist groß und deutlich zu erkennen. Hier könnte man argumentieren die Umweltplakette vom Bild zu entfernen und darunter zu platzieren. Das haben wir jedoch verworfen, weil die Bedeutung der Zahl nicht so einfach ersichtlich wäre. Wir behalten das Design des GMSs bei.

Nicht zu übersehen ist natürlich der Preis. Direkt darunter wollten wir den „add to cart“ Button haben, damit man bei dem Klick den Preis mit im Blick hat. Links davon die Anzahl in Stock, ähnlich wie es auch bei Amazon gezeigt wird und rechts vom Button ein Herz Button, um das Produkt zu seinen Favoriten hinzuzufügen. Die Favoriten könnten theoretisch im Profil aufgerufen werden. Mit der Gestaltung dieser zwei Buttons hatten wir Probleme, weil das Design einmal zu „heftig“ war und das andere Mal zu verschwindend unauffällig. Wir sind aber nun der Meinung eine gute Mitte getroffen zu haben.

Die Produktbeschreibung kann als Drop-Down ausgeklappt werden. Diese Art der Implementierung haben wir gewählt, damit der Screen aufgeräumter erscheint. Amazon legt aktuell sämtliche Beschreibung komplett offen dar, was den User unter Umständen überwältigen kann. Dazu kommt das wir hier den Fokus des Nutzers nicht vorschreiben wollten. Abhängig davon, wofür sich der User momentan interessiert, kann dieser schnell in das entsprechende Drop-Down navigieren.

Das Schlüssel Element für die Lösung unseres im Storyboard beschrieben Problems, ist das Drop-Down Menü der Nachhaltigkeitsinformationen. Hier ist klar zu erkennen eine Tabelle dargestellt, die in jeder Zeile ein Bewertungskriterium mit der dazugehörigen Wertung zeigt. Mit einem Info-Icon symbolisiert, wird den User suggeriert, dass man auf dieses Feld tippen kann, sollte man mehr Informationen wünschen. Ein untergeordnetes Drop-Down öffnet sich mit weiteren Details und einem Link zu der Quelle.  
Das war unsere Idee die Informationen zur Nachhaltigkeit einfach und übersichtlich zu präsentieren, mit der Möglichkeit schnell mehr erfahren zu können und glaubhafte Quellen für die persönliche Überzeugung zu bieten. Hier sollte auch erkenntlich gemacht werden wie sich der in der Vorschau gezeigte Schnitt zusammensetzt.

Eine kleine Bemerkung am Rande: in unserem GMS haben wir absichtlich alle unterschiedlichen Klassifizierungen mit entsprechender Farbhinterlegung eingebaut, damit man alle miteinander vergleichen kann.

Das letzte Drop-Down ist eine Information über die Hersteller. Amazon hat bei Produkten von anderen Verkäufern als Amazon selbst lediglich die Herstellerinfos, die der Hersteller auch gibt. Das sollte unter diesem Drop-Down dargestellt sein. Von uns eingebaut ist die Nachhaltigkeitsbewertung des Herstellers, die es so noch nicht gibt. Leider.

Shopping-Cart Screen (SCS)

Das erste Element ist eine Kachel mit den Produkten die der Nutzer aktuell im Warenkorb hat, weil das das erste ist was wir erwarten würden, wenn wir den Warenkorb aufrufen. Ohne Ablenkungen ist das Produkt in kürze nochmal beschrieben, mit der Möglichkeit die Stückzahl zu erhöhen. Diese Funktion bietet Amazon und fast jeder online Shop aktuell auch.

Als nächstes haben wir eine Kachel für einen Promocode eingebaut. Hier war unsere Idee, dass es mit zunehmenden Umweltbewusstsein auch Rabatte für grünes Shoppen geben könnte.

Der wichtigste Teil bezogen auf unseren SCS und unsere Erkenntnis aus der Auswertung des Interviews, ist die dritte Kachel. Gewünscht war von den Befragten die Möglichkeit die Bestellung als ein Paket zu bekommen, weil das von Amazon nicht garantiert ist. Um den Wunsch zu erfüllen, bauten wir den „One Package Delivery“ Switch-Schalter ein. Den prime Switch haben wir eingebaut, weil es sich hier ja immer noch um Amazon handelt.

Ähnlich wie eine Liste gestaltet, kommt als letztes der Button um zum Bezahlvorgang zu gelangen. Den Screen für das Bezahlen haben wir nicht designt, weil wir keinen Aspekt des Zahlvorgangs verbessern könnten, der einen Bezug auf Umwelt hat und das Ziel unseres Projektes ergänzt.

Damit haben wir bestmöglich unsere Entscheidungen zur Gestaltung der Screens begründet.

Die vollständigen Screens befinden sich in einer separaten Datei.

# Anmerkungen zum Projekt

Besonders zu beachten ist, dass wir zu viert ein Projekt bearbeitet haben. Jeder von uns hat mindestens einen Bildschirm dafür verwendet und abhängig von der Farbeinstellung des Bildschirmes fallen die Farben für das Design unterschiedlich aus.  
Zum Beispiel kommt die Hintergrundfarbe des Titels auf dem PS auf einem Bildschirm wunderbar sanft rüber, wohin gegen auf den zweiten Monitor (mit minimalst unterschiedlicher Einstellung) verschoben diese Farbe fast verschwindend blass erscheint.

Wie bereits bekannt, hatten wir deutliche Probleme mit der Kommunikation untereinander. Das hat zu ungünstiger Aufteilung der Arbeit und Nichteinhaltung von Terminen geführt.

Erschwerend war der Absprung zweier unserer Gruppenmitglieder. Einige Zeit mussten wir als ein drei Personen starkes Team, Arbeit erledigen die für 5+ vorgesehen war.

# Quellen

Sämtliche Bilder haben wir von der Webseite Pixabay bezogen. Diese bietet lizenzfreie und frei verfügbare Bilder an.