

Interaktionsdesign

Vorkonzept: Bachelorarbeit

Interaktionsdesign: E-Commerce Landingpage zum Abverkauf
von Nintendo's **Mario Strikers: Battle League Football**

Im Rahmen des Dualen Studiums der IU Internationale Hochschule am Standort München im Studiengang Mediendesign wird diese Bachelorarbeit im Fachbereich Interaktionsdesign absolviert.

Als Thema wird eine **interaktive Webanwendung** konzipiert und entwickelt, die sich mit den Kernbereichen des User Interface Designs, der User Experience, der Layoutgestaltung und der Typografie im Web, sowie weiteren dazugehörigen Unterthemen beschäftigt. Dazu gehört beispielsweise die Farbgestaltung. Animationen und animierte Übergänge sind ebenfalls Teil des Gesamtkonzeptes.

Im Fokus der Webanwendung soll es um den japanischen Videospiel- und Spielkonsolenhersteller Nintendo und dessen Produkt-Launch von **Mario Strikers: Battle League Football** gehen. Die Produktreihe rund um den Nintendo Charakter Mario geht zurück auf den ersten Release im Jahre 2005 (*Mario Smash Football*) für die Nintendo GameCube. Nach *Mario Strikers: Charged Football* (2007) veröffentlicht Nintendo die Neuauflage des Spiels am 10. Juni 2021 für die Nintendo Switch. Mit der neuen Grafik, Features und Spielspaß schließt sich *Mario Strikers: Battle League Football* einer Produktreihe an, die seit rund 20 Jahren die Spiele-Community im Nintendo Universum begeistert.

Für diesen Release soll eine individuelle Customer Experience geschaffen werden. Dabei können neben den bereits genannten Themenbereichen auch Stichwörter wie Gamification und Individualisierbarkeit genannt werden.

Vorkonzept DSBMDPPVM01 – Praxisprojekt Vertiefung Mediendesign

Dominik Rubröder, 10190089

Akeleistraße 42, 82515 Wolfratshausen

Betreuer: Prof. Dipl.-Des. Till Maiß, Professor für Mediendesign

Abgabedatum: 12.08.2022

PHASE 1

Seite 04 – 10

PHASE 2

Seite 11 – 15

PHASE 3

Seite 16 – 23

A. Grobkonzept

■ Konzeptionsphase

INTRO	05
COVER	06
RESEARCH – LAST RELEASES	07
RESEARCH – COMMUNITY	08
PERSONA	09 – 10

B. Feinkonzept

■ Erarbeitungs- Reflexionsphase

INFORMATIONSArchITEKTUR	12
NAVIGATIONSKONZEPT	13
INTERAKTIONS KONZEPT	14
GESTALTUNGS RASTER	15

C. Designentwurf

■ Finalisierungsphase

ICONS	17
TYPOGRAFIE	18
FARBKONZEPT	19 – 20
BILDWELTEN	21 – 23

PHASE 1

Konzeptionsphase – A. Grobkonzept

Auf diesem Platz ist alles erlaubt! Chaos, Spielspaß und Nostalgie pur

| Das neueste Spiel der MARIO STRIKERS-REIHE erscheint für Nintendo Switch!



Quelle: https://fs-prod-cdn.nintendo-europe.com/media/images/08_content_images/systems_5/nintendo_switch_3/not_approved_1/NSwitchTop.png

↓ Als nächstes: Was gibt es bisher?





■ Research – Was gibt es bisher?

Mario Strikers: Battle League Football ist nicht der erste Release von Nintendo's Fußball Spielreihe.

Den Start machte Mario Smash Football im Jahr 2005 für die Nintendo GameCube. Das Spiel feierte großen Erfolg. Mario Strikers: Charged Football folgt im Jahr 2007 auf der Nintendo Wii.

Nun, 15 Jahre später bringt Nintendo am **10. Juni 2021** den bis dato aktuellsten Teil des Chaos-Fußballs auf die Nintendo Switch.



Quelle: https://static.wikia.nocookie.net/mario/images/d/d8/Verpackung_MSF.jpg/revision/latest/scale-to-width-down/1000?cb=20090721103258&path-prefix=de

Mario Smash Football (2005)

https://mario.fandom.com/de/wiki/Mario_Smash_Football

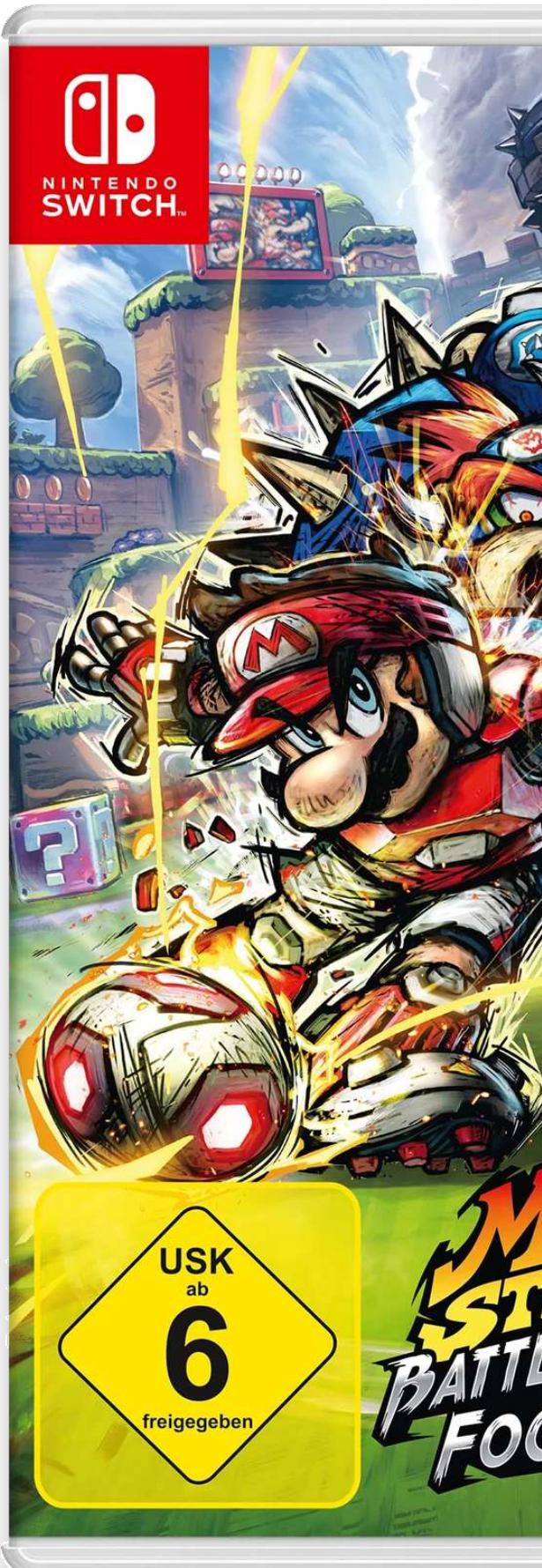


Quelle: https://static.wikia.nocookie.net/mario/images/9/9c/Verpackung_MSC.jpg/revision/latest/scale-to-width-down/1000?cb=20090720200705&path-prefix=de

Mario Strikers: Charged Football (2007)

<https://www.nintendo.de/Spiele/Wii/Mario-Strikers-Charged-Football-281892.html>

https://mario.fandom.com/de/wiki/Mario_Strikers_Charged_Football



Quelle: https://m.media-amazon.com/images/I/91JLWzXyfYL._AC_UF_.jpg

Mario Strikers: Battle League Football (2021)

https://mario.fandom.com/de/wiki/Mario_Battle_Football

Research – “10/10 Hyped!”

Wie beliebt und **heiß erseht** dieser Titel in der Community ist, zeigen die Reaktionen auf den finalen

Ankündigungstrailer für den Release von Mario Strikers: Battle League Football

→ <https://www.youtube.com/watch?v=cZhDkYvGqZA>

Vor allem bei Personen, die die Spielreihe seit Tag 1 kennen und verfolgen, kommt der Content bei der Nintendo Community enorm gut an und besonders groß ist die Vorfreude. Daher ergibt sich auch schnell eine erste Kern-Zielgruppe.

Wird bedacht, dass das erste Spiel im Jahr 2005 erschienen ist, und der damalige Spieler etwa 12+ Jahre alt war, so lässt sich die **Fokus- und Hauptzielgruppe auf ca. 20-30 Jahre** bestimmen.

Neben dieser kommen natürlich auch weitere, sekundäre Zielgruppen, wie beispielsweise auch komplett neue Spieler oder tertiäre Gruppen wie Eltern, die das Spiel für ihre Kinder kaufen, in Betracht.

The screenshot shows a YouTube comments section for the video <https://www.youtube.com/watch?v=cZhDkYvGqZA>. The search bar at the top right contains the text "mario strikers battle league". The comments are as follows:

- Shy Crack** vor 4 Monaten: 15 Jahre auf diesen Tag gewartet und jetzt ist es endlich soweit! 🔥
 - 488 ANTWORTEN
 - 11 Antworten ansehen
- GoalKEEPERz** vor 4 Monaten: Ich liebe Nintendo für diesen Move. Ich werde jeden Tag nach dem Training in dieses Spiel versinken 😂 100
 - 79 ANTWORTEN
- One Piece Theoretiker** vor 4 Monaten: 10/10 Hyped!
 - 214 ANTWORTEN
 - 4 Antworten ansehen
- Fvbiii** vor 4 Monaten: Nach Jahren tretet ein göttliches Spiel wieder aus den Schatten heraus :)
 - 120 ANTWORTEN
- Shawn Gesell Gaming** vor 4 Monaten: Hat nur 15 Jahre gedauert, hätte ich nie mit gerechnet <3
 - 109 ANTWORTEN
 - Antwort ansehen
- Toebi** vor 4 Monaten: Ich fand die Zooms, Sounds und Zeitlupen in den alten teilen immer sehr krass, wodurch die hits und fouls nicer rüberkamen. Ich hoffe, dass die das wieder reinpacken. (Geile Animationen etc. natürlich auch ;)
 - 16 ANTWORTEN
- Ninteren** vor 4 Monaten: Einfach Highlight der Nintendo Direct!!

Diese kurzen Animeartig-Animierten Szenen sind echt epic und dass man mit seiner Ausrüstung seine Fähigkeiten pushen kann.

 - 70 ANTWORTEN
- Leo A.** vor 4 Monaten: Endlich! ENDLICH!!
 - 50 ANTWORTEN

Team Mario

MAXI 28

Wohnt zusammen mit seiner Freundin in München, Bayern
Physiotherapeut und arbeitet in München

aktiv, locker, kommunikativ, abenteuerlustig, spontan

Macht gerne Kraft- und Ausdauersport
Sommer: Outdoor-Aktivitäten mit Freunden wie Biken, Surfen im Urlaub oder Klettern
Winter: Seit 20 Jahren Skifahren
Hält seine Erlebnisse teilweise auch mit seiner GoPro fest

Verbringt gerne auch mal Zeit am PC um Webseiten und Apps zu entwickeln oder mal vor der Konsole, um zu zocken

Technisch versiert und allgemein digital unterwegs

Fährt innerhalb Münchens hauptsächlich mit dem Rad oder den öffentlichen Verkehrsmitteln

Nintendo Besitzer seit kleinauf

Hat seine **Nintendo64 (1997)** und seine **GameCube (2001)** immer noch im Regal stehen

Lieblingsspiele sind Zelda, Pokémon und Mario Galaxy

Mag keine Energy Drinks wie beispielsweise RedBull

Lieblingsmarke für Outdoor Bekleidung ist Nike und Montec

Mediennutzung: iPhone 12 Pro Besitzer

Kanäle: Hat **früher YouTube Videos zu Zelda** gemacht, ist viel auf YouTube und regelmäßig auf Instagram unterwegs



Team Luigi

BASTIAN 25

Wohnt mit den Jungs in einer 4-er WG in München, Bayern
Dualer Wirtschafts-Student

Liebt den Sommer in München, geht gerne weg und ist oft im Englischen Garten auf eine Runde Volleyball, Fußball oder ein Bier trinken
Winter: Skifahren oder Hütten-Urlaub

Nintendo Game Boy Advance SP und **Nintendo DS** sind schon immer ein treuer Begleiter
Genauso wie die **Nintendo GameCube (2001)**
Hat früher mit seinem Sandkastenkumpel Dominik eigene Pokemon Sketches gezeichnet oder sich in
Nintendo's **Super Smash Bros Melee** gegenseitig herausgefordert
Pokémon war immer ein großer Teil der Kindheit, dafür Sympathie bis heute

Spielt heute zumeist auf der Playstation 5, aber besitzt auch die **Nintendo Switch als Spaßkonsole**
Nintendo Switch vor allem für die WG gut geeignet, um zusammen zu zocken

Fährt innerhalb Münchens meist mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, kein Rad, wenig zu Fuß

Mediennutzung: iPhone 13 Besitzer
Kanäle: TikTok, Instagram, YouTube



PHASE 2

Reflexionsphase – B. Feinkonzept

Phase 2 / B. Feinkonzept

Informationsarchitektur

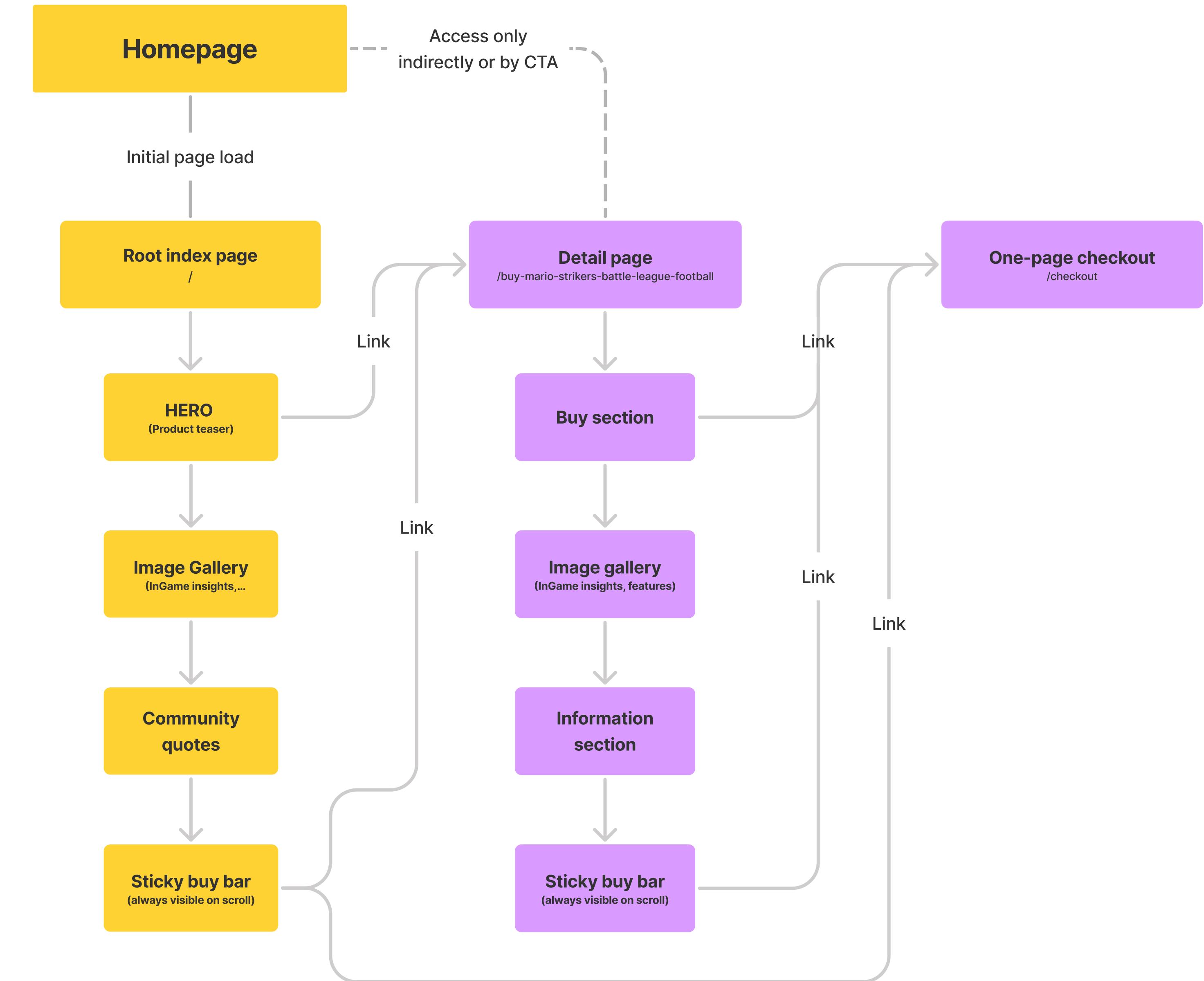
 FigJam File / <https://userinterfacedesign.ch/informationsarchitektur/>

Die Informationsarchitektur verfolgt einen **Key User Flow: Abverkauf des Spiels**

Der User erreicht im Normalfall die Website auf der Startseite "/". Diese ist grob in 3 Sektionen eingeteilt:

- Hero section
Teasert das Spiel in Bildform oder Animation und kurzem Teaser-Text mit CTA Button an
- Image gallery
Zeigt Spiel-Content und -Features in Bild- und Videoform
- Community quotes
Stimmen und Zitate von Nutzern und Fans auf Plattformen wie YouTube werden hier eingespielt (siehe Research – “10/10 Hyped” Seite 8)

Auf jeder Seite mit Ausnahme des Checkout-Prozesses ist eine sticky Buy-Bar am unterem Bildschirm fixiert. Weitere Details hierzu sind auf der nachfolgenden Seite in Navigationskonzept zu lesen.



Navigationskonzept

<https://userinterfacedesign.ch/navigation-design/>

Keine Integration eines "klassischen" Navigationsmenüs

- Da es sich hierbei um eine Landingpage mit einem bestimmten Ziel handelt: Abverkauf des Spiels
- Da zu wenige Unterseiten vorhanden (siehe *Informationsarchitektur*, Seite 12) und ein bestimmter Key User Flow verfolgt wird
- **Wichtigste Navigation / Navigationsaktion jederzeit über eine sticky Bottom-Navigation-Bar-Component möglich**
 - Fährt beim Scrollen der Seite fixiert am unteren Bildschirmrand mit
 - So ist die wichtigste Aktion jederzeit nur 1 Klick entfernt
 - Zeigt die aktuell wichtigsten Informationen zur aktuellen Produktselektion zu jeder Zeit
 - Positionierung am unteren Bildschirmrand da: Für die mobile Version in direkter Reichweite des Daumens, stört somit nicht den natürlichen Lesefluss / Leserichtung der aktuellen Seite (von links oben nach rechts unten)
 - Trotzdem soll dem Nutzer die Möglichkeit gegeben werden, die sticky Bottom-Navigation-Bar-Component manuell auszublenden



■ Interaktionskonzept

→ Durch all diese Methoden wird dem Nutzer das Gefühl gegeben, "es passiert etwas" während er mit der Webanwendung interagiert. Dadurch wird die User Experience gefördert.

Animate on page load

- <https://expenses-chart-component-website.vercel.app>
- <https://intro-section-with-dropdown-navigation-website.vercel.app>
- <https://ecommerce-product-page-website.vercel.app>

Animate on hover

- Interaktive oder klickbare Elemente skalieren on Hover
- Weitere Animationen bei Hover je nach Kontext und Element

Animate on scroll

- Erscheinen / Verschwinden / Präsenz von Text und Elemente animieren
 - <https://www.framer.com/motion/>
 - <https://css-tricks.com/almanac/properties/a/animation/>
 - <https://tailwindcss.com/docs/animation>
- Nur so viel Content wie nötig initial zeigen in einem speziellen Kontext, erst dann mehr Content zeigen und animiert einspielen / laden lassen
 - Um die kognitive Überforderung des Nutzers zu verhindern, beziehungsweise zu vermindern

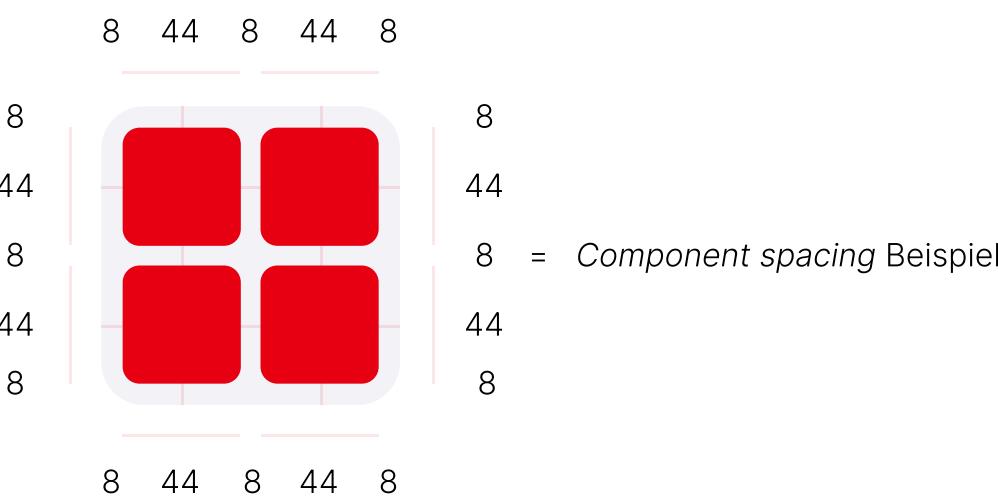
- "Storytelling" on scroll
 - <https://www.apple.com/de/macbook-air-m2/>
 - <https://margelo.io>
 - Awesome Scrolling SVG Line Drawing - How they did it!
 - <https://www.youtube.com/watch?v=FJ44qmE5odc>
 - 1 Design Trend in 2022 That I Think will be BIG! (7 Examples)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=6VjvT5uMm-w&t=234s>
 - <http://crustac.fr>

Animate on click – Audio & video

- "Interaktive Klicks": Sound oder Audio abspielen, wenn Buttons oder andere interaktive Elemente angeklickt werden
 - siehe z. B. In-game [Clash of Clans App](#) (App herunterladen + öffnen)
 - siehe z. B. iPhone "Keyboard" Klick-Sound, wenn man auf der Tastatur mit aktivierter Lautstärke tippt
- Immer leichte Hintergrundmusik laufen lassen
 - siehe z. B. In-game [Clash of Clans App](#) (App herunterladen + öffnen)
- Nintendo Sounds:
 - Nintendo Switch "Klick Sound"
 - <https://www.youtube.com/watch?v=cZhDkYvGqZA> (00:00 - 00:02)
 - Nintendo's Münzen Sound abspielen bei Klick auf "In den Warenkorb"
 - <https://themushroomkingdom.net/media/smb/wav> ("coin")
- Nintendo sounds (Charakter):
 - Mario's typisches "It's me"
 - oder <https://www.nintendo.co.jp/character/mario/characters/media/detail/sound-mario-2.mp3>
 - Peach
 - <https://www.nintendo.co.jp/character/mario/characters/media/detail/sound-peach-2.mp3>
- Dynamische Blitz-Effekte auf statischen Produktbild des Game-Covers einbinden
 - <https://www.nintendo.co.jp/switch/awn6a/index.html> (ganz oben)
- Hyperstrikes Animation mit in die Website integrieren
 - <https://www.youtube.com/watch?v=fmvzfwj85Vo>
 - Hyperstrike Video Sequenz zeigen als Page load Animation im Checkout Prozess (je nach Auswahl des gewählten Charakters) Linie zeichnen um Checkout-Steps (Versanddaten, Lieferdaten bis Bestellabschluss) zu verbinden und am Ende "Tor"; Gamification im Checkout Bereich

Phase 2 / B. Feinkonzept

Gestaltungsraster



Name	Size	Pixels
0	0px	0px
px	1px	1px
0.5	0.125rem	2px
1	0.25rem	4px
1.5	0.375rem	6px
2	0.5rem	8px
2.5	0.625rem	10px
3	0.75rem	12px
3.5	0.875rem	14px
4	1rem	16px
5	1.25rem	20px
6	1.5rem	24px
7	1.75rem	28px
8	2rem	32px
9	2.25rem	36px
10	2.5rem	40px
11	2.75rem	44px
12	3rem	48px

Als nächstes: Phase 3

Spacing scaling <https://tailwindcss.com/docs/customizing-spacing#default-spacing-scale>

"By default, Tailwind includes a generous and comprehensive numeric spacing scale. The values are proportional, so `16` is twice as much spacing as `8` for example. One spacing unit is equal to `0.25rem`, which translates to `4px` by default in common browsers."

- **Keine** Verwendung von "allgemeinen" Layout Raster wie das bekannte 12-Spalten System (wie ehemalig von Bootstrap verwendet) – Warum?
 - Allgemeines Layout Raster führt zu einer stark eingeschränkten Design-Regel
 - Design und Development mehr und mehr in Form von Component-based oder Component-driven Design

<https://reactjs.org/docs/components-and-props.html>

<https://vuejs.org/guide/essentials/component-basics.html>

→ Daher: Layout und Spacing werden je nach Element oder Modul definiert

→ Einheitliche responsive Breakpoints

```
tailwind.config.js
module.exports = {
  theme: {
    screens: {
      'sm': '640px',
      // => @media (min-width: 640px) { ... }

      'md': '768px',
      // => @media (min-width: 768px) { ... }

      'lg': '1024px',
      // => @media (min-width: 1024px) { ... }

      'xl': '1280px',
      // => @media (min-width: 1280px) { ... }

      '2xl': '1536px',
      // => @media (min-width: 1536px) { ... }
    }
  }
}
```

Breakpoint sizes <https://tailwindcss.com/docs/screens>

PHASE 3

Finalisierungsphase – B. Feinkonzept

Phase 3 / C. Designentwurf

Icons

<https://heroicons.com/>



Neben der [heroicon-icon library](#) werden die **Nintendo typischen Items** als zusätzliche Icon Variation mit in die Website integriert.

 **heroicons**

Beautiful hand-crafted SVG icons,
by the makers of Tailwind CSS.

↗ 230 Icons MIT Licensed ↗ React + Vue Libraries

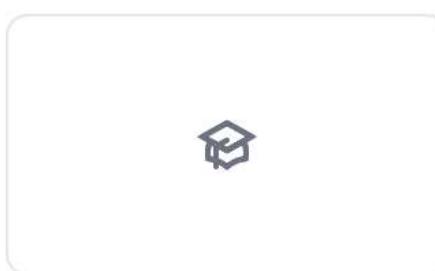
[!\[\]\(397b56ec192bbefdefc1bdb72ce44c85_img.jpg\) Share on Twitter](#) Looking for Heroicons Classic? [Get them here →](#)

[!\[\]\(7b2e82d8072b00572d44603f9d237bea_img.jpg\) Documentation](#) [!\[\]\(ccbf429d3e7f4fd7c131d5528413337d_img.jpg\) Get Figma File](#)

 Search all 230 icons (Press "/" to focus)

Outline 2px stroke weight, 24×24 bounding box

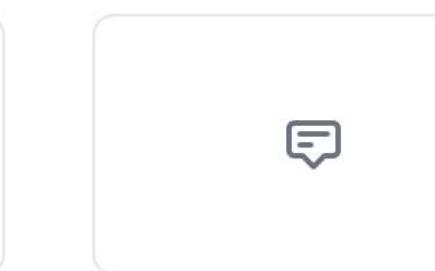
For primary navigation and marketing sections, designed to be rendered at 24×24.



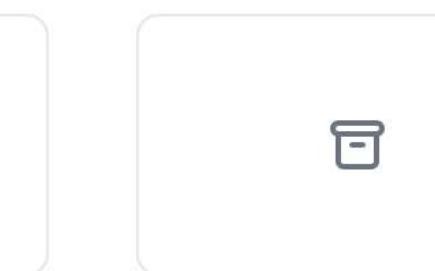
academic-cap



adjustments



annotation

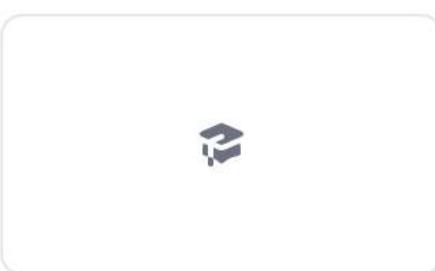


archive

Als nächstes: Fonts 

Solid Solid fill, 20×20 bounding box

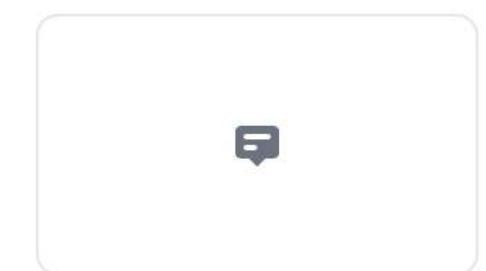
For buttons, form elements, and to support text, designed to be rendered at 20×20.



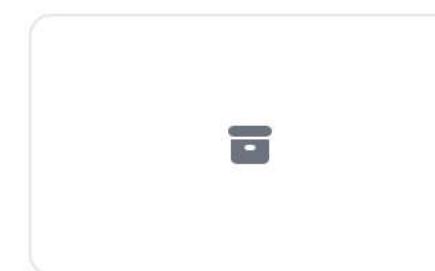
academic-cap



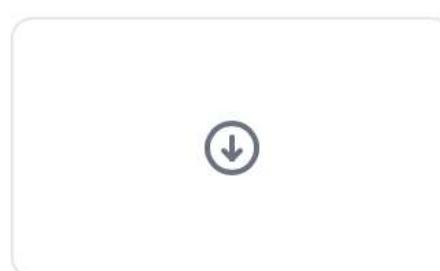
adjustments



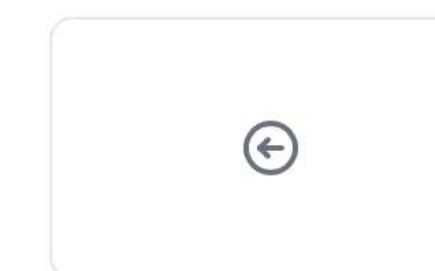
annotation



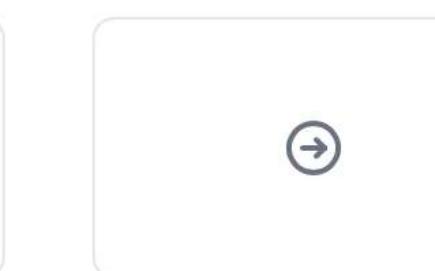
archive



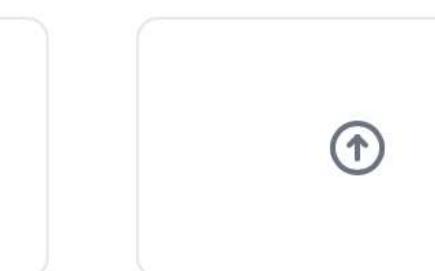
↓



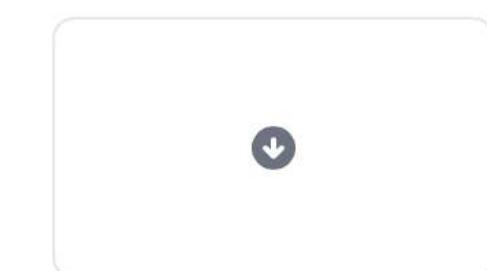
↶



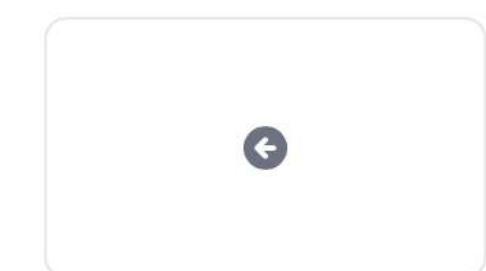
↷



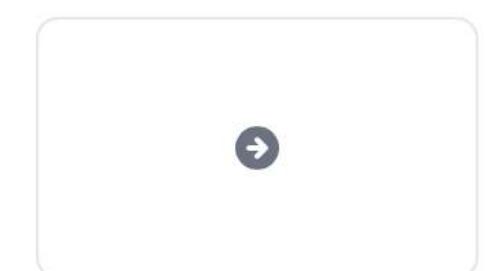
↑



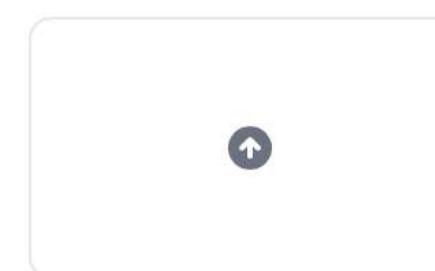
↓



↶



↷



↑

■ Fonts

 <https://fonts.adobe.com/fonts/nunito-sans>

Nunito Sans

Als mögliche **sans serif Font** für Überschriften und Fließtext wird die Schriftfamilie Nunito Sans verwendet. Diese Schriftart kommt ebenfalls im Spiel selbst zur Anwendung. Da sie jedoch nicht unter den Google Webfonts zu finden ist, kann als Alternative die Open Sans Schriftfamilie in Betracht gezogen werden. Diese steht für eine optimale Lesbarkeit und findet zudem auf der hauseigenen Nintendo Website Ihren Einsatz.

 <https://www.dafont.com/visitor.font>

VISITOR

Als mögliche **Pixelfont** für selektierte Überschriften oder großflächige Typografie kann die Visitor font in Betracht gezogen werden. Diese Schriftart würde gegebenenfalls für den gewissen Nostalgie-, beziehungsweise Oldschool-Spiele-Charakter sorgen.

↓ Als nächstes: Farbkonzept 60-30-10 Color Rule

ABC

MARIO

LUIGI

PEACH

AEC

MARIO

LUIGI

PEACH

H E B C D O E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ? ! € . --

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ? ! € . --

Farbkonzept

60-30-10 Color Rule

 <https://www.youtube.com/watch?v=UWwNIMHFdW4>

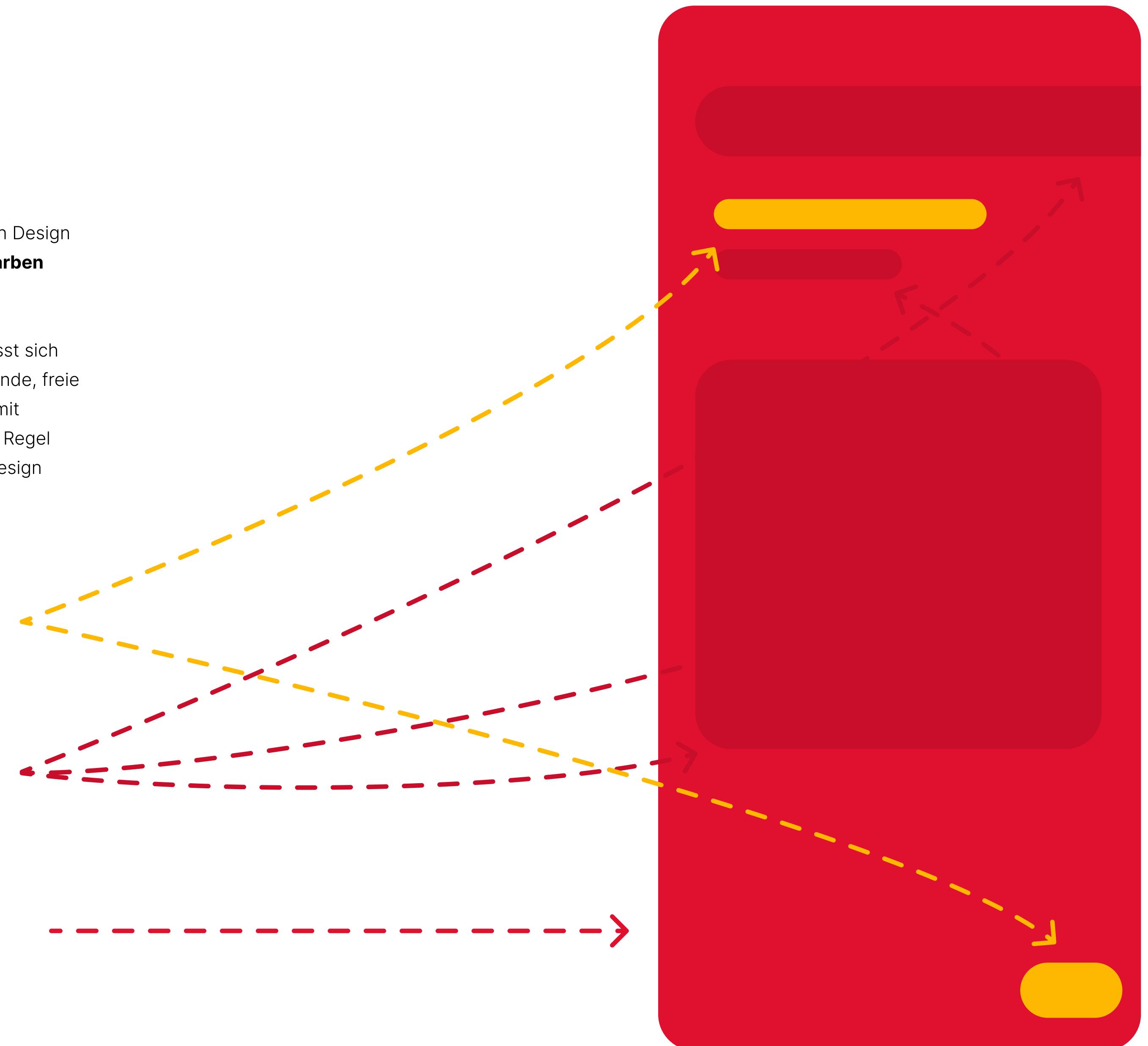
Die **60/30/10 Regel** ist eine bekannte und oftmals angewandte Methode in der gesamten Design Welt und **verhilft Designer:innen dabei Elementen im richtigen Maße, mit den richtigen Farben und deren Priorität einheitlich zu gestalten.**

Wendet man diese Regel beispielsweise in Bezug auf die gesamte Landingpage an, so lässt sich beispielsweise sagen, dass 60% eines Elements aus der Farbe Mario-Rot (hell) (Hintergründe, freie Flächen, ...), 30% aus Mario-Rot (Dunkel) (Hintergründe, die etwas hervorstechen sollen mit höherer Priorität, ...) und 10% aus der jeweiligen Signal- und Highlightfarbe besteht. Diese Regel kann und wird ebenfalls auf alle einzelnen Komponenten im Atomic / component driven design Prinzip angewendet.

10% Priority 1

30% Priority 2

60% Priority 3



Phase 3 / C. Designkonzept

Farbkonzept

Character-based Theme

Je nach Auswahl des Charakters während des Kauf-Prozesses, ändert sich das Farbschema der gesamten Website.

MARIO	LUIGI	PEACH	TOAD	BOWSER	YOSHI	DAISY
E0102F	08A936	F096BE	17419A	F8BE10	70B921	EE830A
WARIO	WALUIGI	ROSALINA	BOWSER JR.	BOO	DONKEY KONG	DIDDY KONG
F5DA0F	5D2E8E	1DD4B7	F6CE09	95A4AE	742607	983106

Quelle: <https://www.deviantart.com/thewolfbunny64/art/Nintendo-Mario-Character-Colors-689470207>



Bildwelten

Charaktere

Wie bereits in Mario Smash Football (2005) werden die Charaktere auch für die 2021er Ausgabe von Mario Strikers Battle League Football im "Skizzen"-Comic-Stil dargestellt und in die Website übernommen.



2021



2005

Charakter Mario in Mario Strikers Battle League Football (2021)
Quelle: nächste Seite

Charakter Mario in Mario Smash Football (2005)
Quelle: nächste Seite

Phase 3 / C. Designkonzept

Bildwelten

Charaktere

2005



2021



Spielbare Charaktere in Mario Smash Football (2005)

Von links nach rechts: Mario, Luigi, Yoshi, Wario, Waluigi, Donkey Kong, Peach

Quelle: https://mario.fandom.com/de/wiki/Mario_Smash_Football?so=search#Spielbare_Charaktere

Spielbare Charaktere in Mario Strikers Battle League Football (2021)

Von links nach rechts: Mario, Luigi, Yoshi, Wario, Waluigi, Donkey Kong, Peach, Bowser (neu), Rosalina (neu), Toad (neu), Boom Boom (neu, Torwart)

Quelle: https://mario.fandom.com/de/wiki/Mario_Strikers_Battle_League_Football#Spielbare_Charaktere

Phase 3 / C. Designkonzept

Bildwelten

Wallpaper & In-Game

