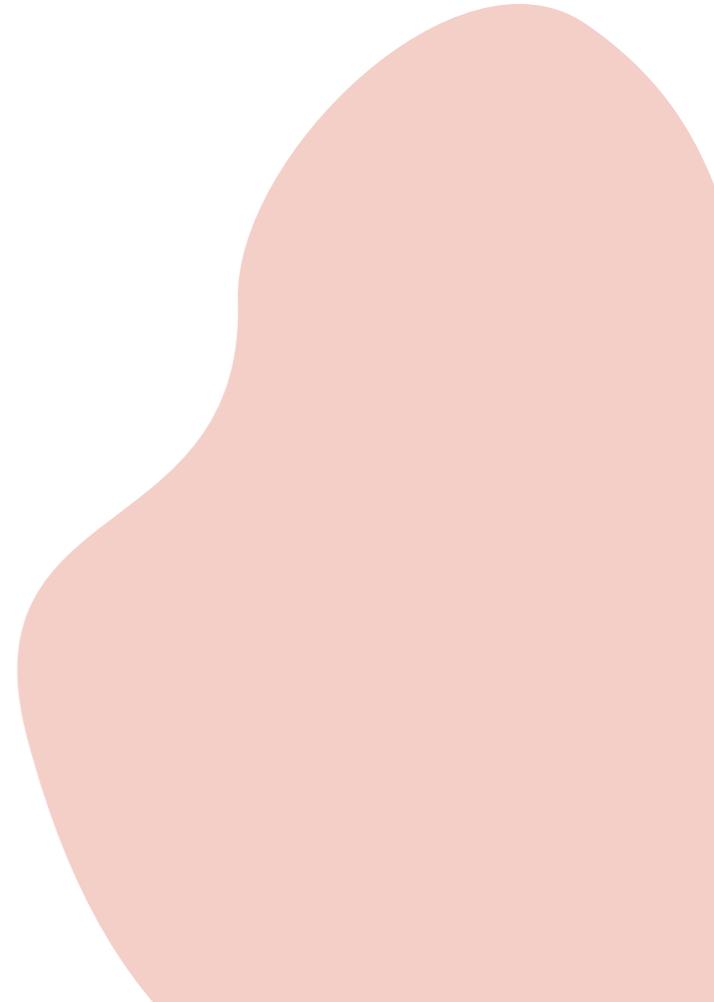




Dokumentation

Redesign der Website von Tortenkult

Marelena Franz, dd221512
MKL Grafik Design
Juni 2023



Inhalt

1. Understand the Business, Brand & Users

- Content Audit
- Competitor Audit
- Leistungsanalyse
- Secondary Research
- CD Check
- Markenpersönlichkeit (Alt)

2. Define the Goal & Plan the Website

- Personas
- Use Cases
- User Journeys
- User Stories
- Anforderungen

3. Plan the Brand Experience

- Markencheck
- Markenpersönlichkeit (Neu)
- Die Essenz
- Moodboard
- Stylescape

4. Plan the User Experience

- Card Sorting
- Sitemap
- User Flow

5. Idea Generation

- Scribbles Mobile
- Scribble Desktop

6. Design the User Experience

- LoFi-Prototypen Mobile
- LoFi-Prototypen Desktop

7. Design the User Interface

- Gestaltung interaktiver Komponenten
- HiFi-Prototypen Mobile
- HiFi-Prototypen Desktop

8. Usability Testing

- Setting & Testablauf
- Feedback
- Testskript



1

**Understand the
Business**



Bei **Tortenkult** handelt es sich um ein Gewerbe, welches von einer leidenschaftlichen Torten- und Backliebhaberin geführt wird.

Angeboten werden verschiedenste Kurse im Bereich des kreativen Backens sowie der Kreation von Torten.

Die Webseite dient der Vermarktung der angebotenen Dienstleistungen (Kurse), der Veröffentlichung von Rezepten und Blogbeiträgen sowie der persönlichen Darstellung der köstlichen Kreationen.

<http://tortenkult.de/>

1

Content Audit

Aufbau der Website

Zu Beginn wurde ein Content Audit erstellt, um einen Überblick über den derzeitigen Ist-Zustand der Website von Tortenkult zu erlangen. Die Website gliedert sich in folgende Unterseiten der 1. und 2. Hierarchieebene:



Hier fällt zunächst das Ungleichgewicht der Seitenverteilung auf. Vorallem bei den Kursen gibt es viele verschiedene Unterseiten, die teilweise nicht aufrufbar sind.

1 Content Audit

Startseite



Header mit Logo und Illustration

Menüleiste mit 10 Unterseiten

Begrüßungstext mit Wortspielen

Bild der Inhaberin
mit mehrstöckiger Torte

- Header
- Navigation
- Informationen
- Grafikelemente

1

Content Audit

Kurstermine

The screenshot shows a website page for 'Tortenkult'. The header features the brand name in a decorative font and a tiered cake illustration. Below the header is a navigation menu with 10 items. The main content area is titled 'Kurstermine' and includes a disclaimer. It lists courses for April: 'Basiskurs' (21.04.2023, 17-22 Uhr), 'Geodekurs' (22.04.2023, 10-18 Uhr), and 'Comic-Cake-Kurs' (23.04.2023, 10-18 Uhr). Below the text are three images of cakes corresponding to the courses. At the bottom, there are 'Details' links and registration counts for each course. The page also shows the start of the 'Mai' section with dates 13.05.2023 and 14.05.2023.

Header mit Logo und Illustration

Menüleiste mit 10 Unterseiten

Kursdaten mit Datum, Uhrzeit und Thema

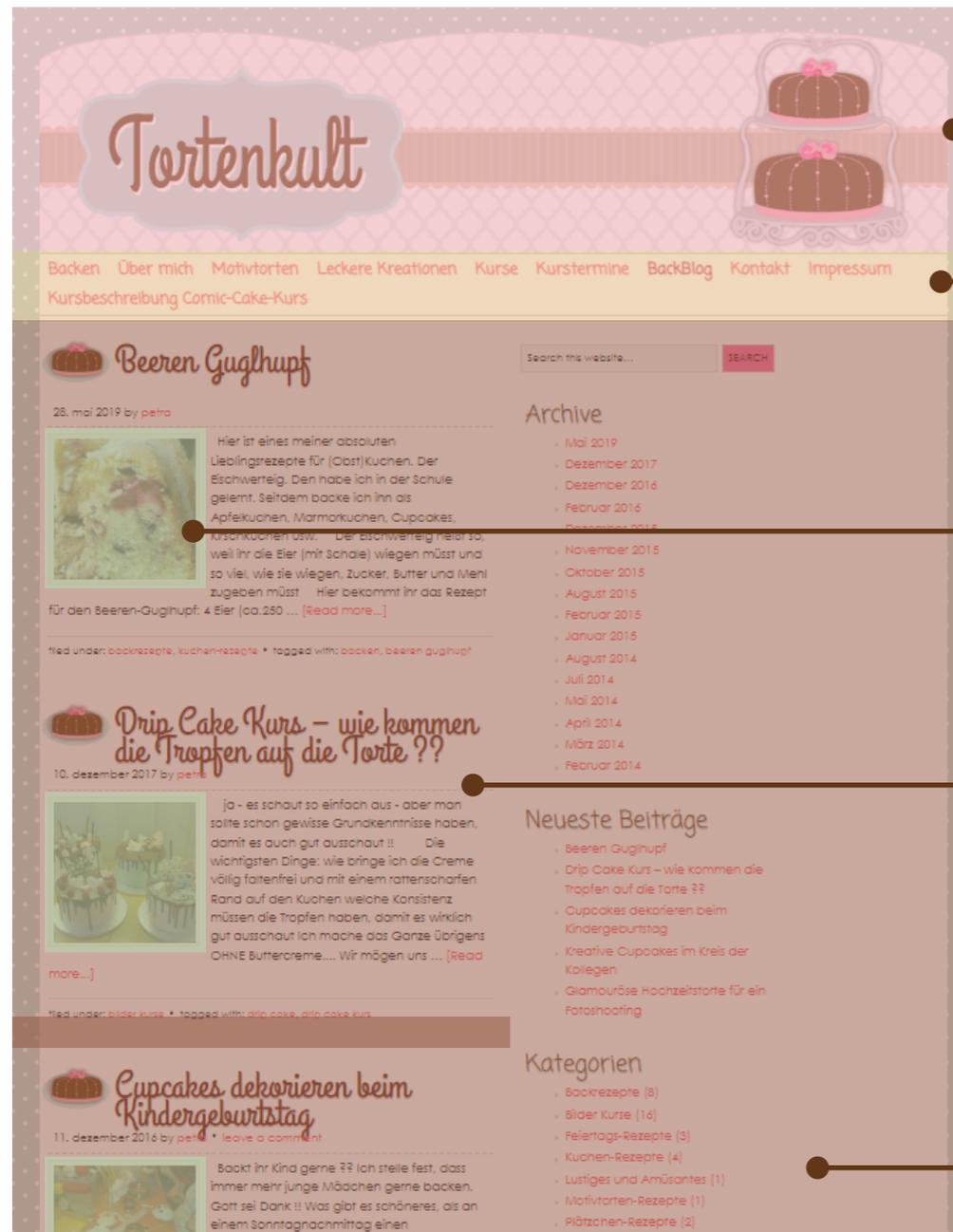
Bilder passend zu jeweiligen Kursen

Weitere Kursdaten mit Datum, Uhrzeit und Thema

-  Header
-  Navigation
-  Informationen
-  Grafikelemente

1 Content Audit

Backblog



Header mit Logo und Illustration

Menüleiste mit 10 Unterseiten

Bilder zu jeweiligem Blog-Post

Blog-Post mit Informationen zu Rezepten oder vergangenen Events

Seitenleiste mit Archiv, neuesten Beiträgen und sonstigen Kategorien

-  Header
-  Navigation
-  Informationen
-  Grafikelemente

1

Content Audit

Erkenntnisse

Da die Website von Tortenkult sehr viele Unterseiten hat, wurde sich dazu entschieden nur drei Seiten im Detail in dieser Dokumentation aufzuführen. Die drei gewählten Seiten sind hierbei die Startseite, die Seite mit den Kursterminen sowie die Seite des Backblogs.

Bei der Durchführung des Content Audits wurden jedoch alle Seiten untersucht. Die drei hier aufgeführten Seiten wurden aufgrund der Heterogenität des Informationsaufbaus sowie ihrer unterschiedlichen Strukturen gewählt. Zudem stellen diese Seiten einen wichtigen Bestandteil der Leistungen von Tortenkult dar.

Anhand des Content Audits lassen sich folgende Rückschlüsse auf die derzeitige Ist-Situation der Website von Tortenkult schließen:

Design:

Es ist keine einheitliche Farbpalette sowie keine einheitliche Verwendung von Schriften erkennbar.

Inhalt:

Der Inhalt auf der Website von Tortenkult zeichnet sich durch unklare Strukturen und keinem erkennbarem Raster auf allen Seiten aus. Die Seiten wirken sehr überladen und bei genauerem Betrachten stellt man fest, dass sich die Inhalte des Öfteren wiederholen. Zudem sind viele Rechtschreibfehler und veraltete Formulierungen aufzufinden. Die Website wird als „unsicher“ angezeigt, aufgrund einer fehlenden SSL-Verschlüsselung. Außerdem wurden Google Fonts verwendet, welche nicht lokal eingebettet sind, wodurch gegen die DSGVO verstoßen wird.

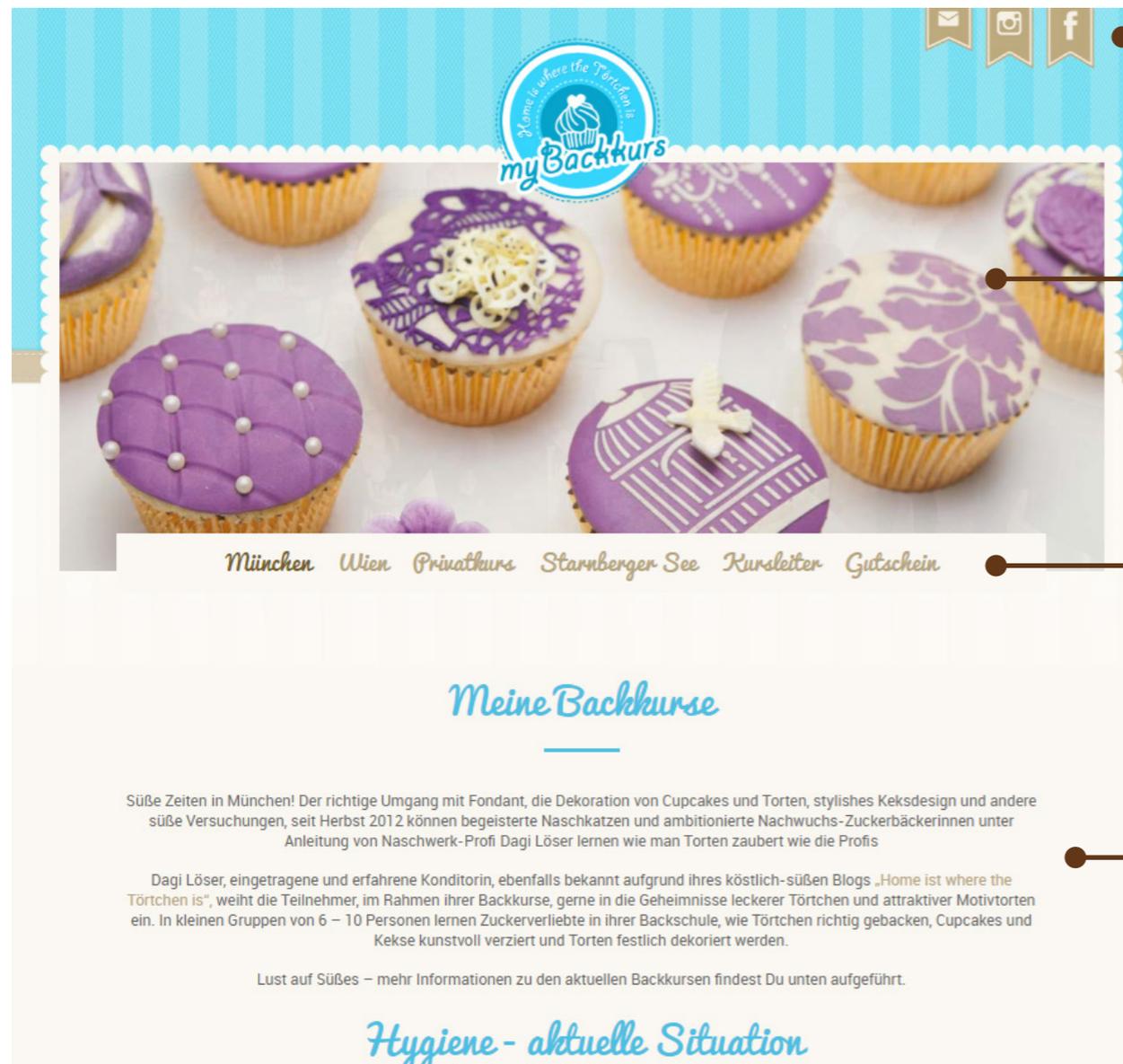
Layout und Struktur:

Es wurden sehr viele Bilder mit unterschiedlichen Größen verwendet, sodass diese willkürlich auf der Seite gesetzt sind. Dadurch wirken die Seiten sehr unübersichtlich. Die Website besitzt keinen Footer sowie keine DSGVO-Seite!

1 Competitor Audit

My Backkurs: Startseite

Nachdem die Inhalte und der Aufbau von Tortenkult untersucht wurde, wurden Websites der selben Branche angeschaut, und Auffälligkeiten notiert, um anschließend Vergleiche ziehen zu können.



Social Media und Mail
Verlinkung

Hero-Section mit großflächigem
Bild, Logo und Navigation

Menüleiste mit 6 Unterseiten,
davon 2 verschiedene Standorte

Allgemeinte Informationen

1

Competitor Audit

My Backkurs: Kursübersicht



Interaktive Kursübersicht

11. | März
2023

Comic Cake / Cartoon Cake Kurs

Veranstaltungsort im Westend
„München kocht“
10:00 bis ca. 17:00 Uhr

■ Ausgebucht - Warteliste möglich

[Details](#)

12. | März
2023

Dripcake-Ombre-Kurs

Veranstaltungsort im Westend
„München kocht“
10:00 bis ca. 17:00 Uhr

■ Ausgebucht - Warteliste möglich

[Details](#)

22. | April
2023

Wiesn Leckereien

Veranstaltungsort im Westend
München kocht.
10:00 bis ca. 17:00 Uhr

■ Restplätze verfügbar

[Details](#)

Datum

23. | April
2023

Fondant-Basic-Kurs

Veranstaltungsort im Westend
München kocht.
10:00 bis ca. 17:00 Uhr

■ Restplätze verfügbar

[Details](#)

13. | Mai
2023

Dripcake-Ombre-Kurs

Veranstaltungsort im Westend
„München kocht“
10:00 bis ca. 17:00 Uhr

■ Ausgebucht - Warteliste möglich

[Details](#)

14. | Mai
2023

Dripcake-Ombre-Kurs

Veranstaltungsort im Westend
„München kocht“
10:00 bis ca. 17:00 Uhr

■ Ausgebucht - Warteliste möglich

[Details](#)

Jeweilige Informationen und
CTA-Button für Details

20. | Mai
2023

Dripcake-Ombre-Kurs

Veranstaltungsort Amharh Müncinn

21. | Mai
2023

Fondant-Basic-Kurs

Veranstaltungsort Amharh Müncinn

10. | Juni
2023

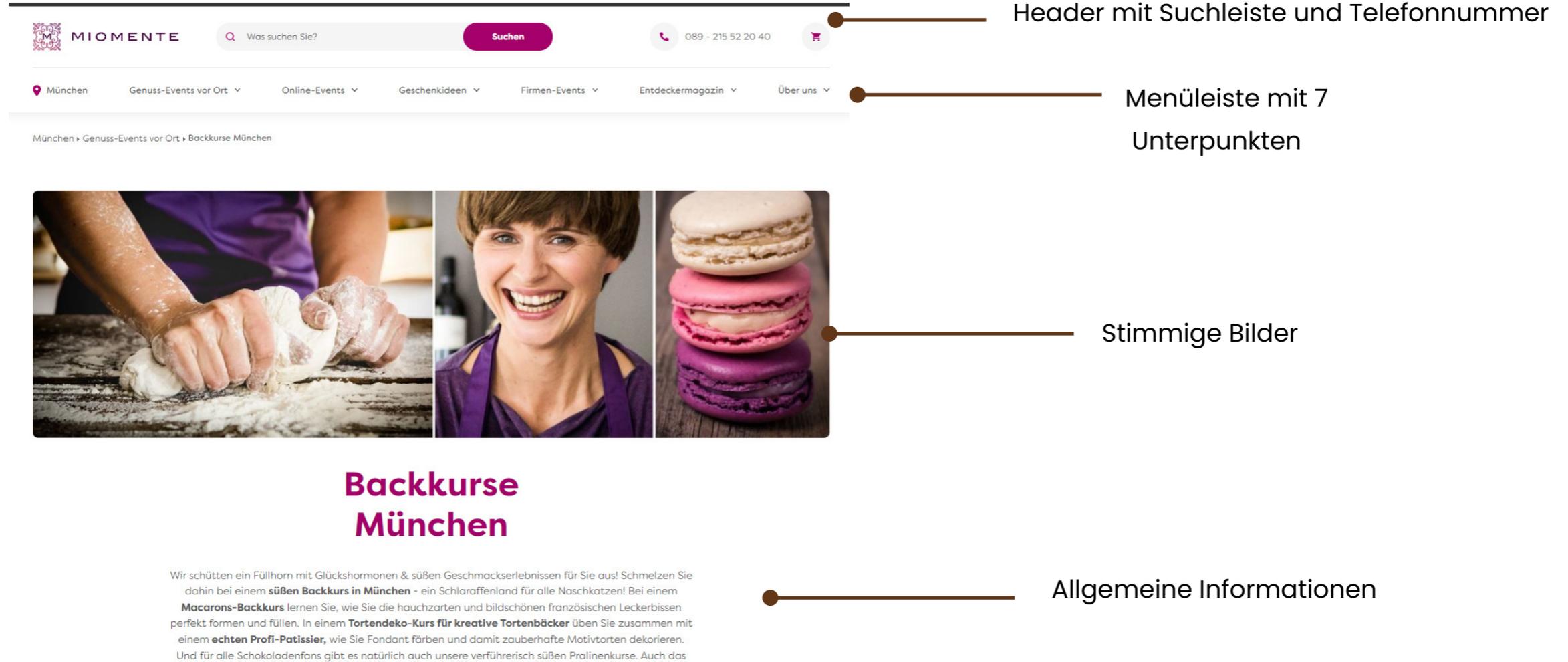
Comic Cake / Cartoon Cake Kurs

Veranstaltungsort im Westend

Keine Bilder,
typische Kalenderansicht

1 Competitor Audit

Miamente: Startseite



The image shows a screenshot of the Miamente website homepage with several annotations. The header includes the Miamente logo, a search bar with the text 'Was suchen Sie?' and a 'Suchen' button, and a phone number '089 - 215 52 20 40'. The navigation menu contains seven items: 'München', 'Genuss-Events vor Ort', 'Online-Events', 'Geschenkideen', 'Firmen-Events', 'Entdeckermagazin', and 'Über uns'. Below the menu is a breadcrumb trail: 'München > Genuss-Events vor Ort > Backkurse München'. The main content area features three images: a person kneading dough, a smiling woman in a purple shirt, and a stack of colorful macarons. Below these images is the heading 'Backkurse München' and a paragraph of text describing the courses.

Header mit Suchleiste und Telefonnummer

Menüleiste mit 7 Unterpunkten

Stimmige Bilder

Allgemeine Informationen

Backkurse München

Wir schütten ein Füllhorn mit Glückshormonen & süßen Geschmackserlebnissen für Sie aus! Schmelzen Sie dahin bei einem **süßen Backkurs in München** - ein Schlaraffenland für alle Naschkatzen! Bei einem **Macarons-Backkurs** lernen Sie, wie Sie die hauchzarten und bildschönen französischen Leckerbissen perfekt formen und füllen. In einem **Tortendeko-Kurs für kreative Tortenbäcker** üben Sie zusammen mit einem **echten Profi-Pâtissier**, wie Sie Fondant färben und damit zauberhafte Motivtorten dekorieren. Und für alle Schokoladenfans gibt es natürlich auch unsere verführerisch süßen Pralinenkurse. Auch das

1 Competitor Audit

Miamente: Kursübersicht

Wunschdatum finden:  11.03.2023 - 11.03.2023 

Sortierung: Termingarantie 

 <p>Miamente BACK-Box Das perfekte Geschenk für kreative Hobbybäcker und Naschkatzen</p> <p> Deutschland & Österreich</p> <p> Mit Notizbuch für Genussentdecker</p> <p> Gutschein 3 Jahre gültig</p> <p> 89,00 € Entdecken</p>	 <p>Süsse Verführung Die perfekte Geschenkidee für alle, die Süßes lieben und Naschkatzen</p> <p> Deutschland & Österreich</p> <p> Mit Notizbuch für Genussentdecker</p> <p> Gutschein 3 Jahre gültig</p> <p> 59,00 € Entdecken</p>	 <p>Gelato e torta - das Naschkatzenparadies Eiskurs München - Eis, Kuchen und Sorbet selbst herstellen</p> <p> München-Haidhausen</p> <p> 5 Plätze</p> <p> 3 buchbare Termine</p> <p> 146,00 € Entdecken</p>
 <p>Brotbacken mit Leidenschaft Brot backen leicht gemacht: Brotbackkurs in München</p>	 <p>Beste Brote Backkurs in Augsburg für herrliche Sauerteig-Brote</p>	 <p>Backen für Gäste Kuchen-Backkurs in Augsburg von Mürbteig bis Biskuit</p>

Terminauswahl per Dropdown-Menü

Verschiedene Kurskarten mit jeweiligen Informationen und CTA-Button für Details

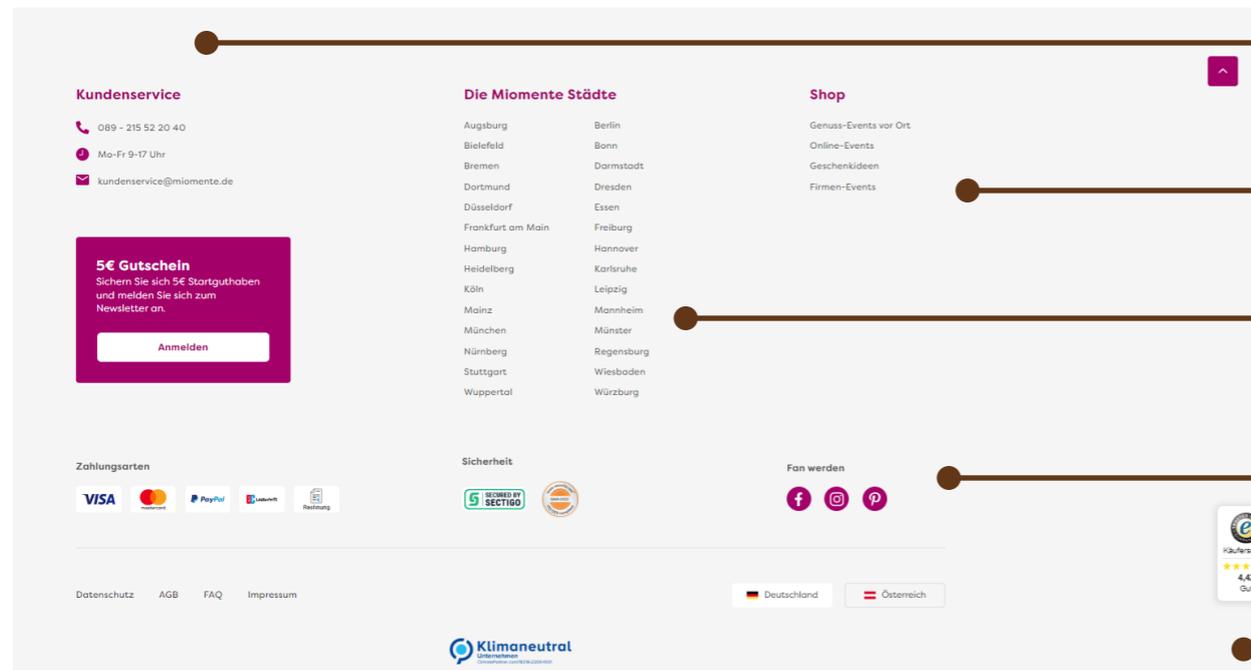
Passende Bilder in stimmiger Bilderwelt und einheitlichen Größen

Interaktive Kursübersicht

1

Competitor Audit

Miomente: Footerbereich



Kontaktdaten und Informationen zu Zahlungsmöglichkeiten

Shop-Verlinkung

Standort-Verlinkungen

Verlinkungen zu Social Media Plattformen

Ausführlicher Footer-Bereich

SEO-Bewertungen auf ProseoExpert.com

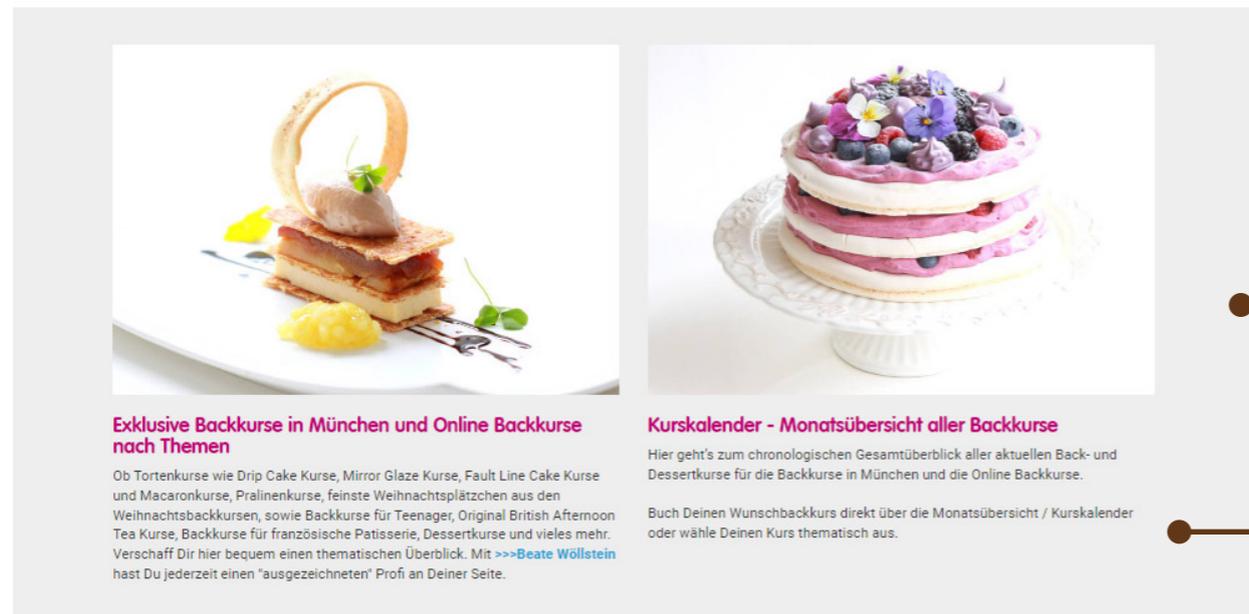
1 Competitor Audit

Wöllsteins Desserthaus: Startseite



Header mit Logo und Menüleiste mit 6 Unterseiten

Zusätzliche Navigationsleiste mit nochmals 6 Unterseiten



Stimmige Bilder

Allgemeine Informationen mit Button für mehr Details

MASTERCLASSES - ONLINE BACKKURSE ALS LEHRVIDEOS



1

Competitor Audit

Wöllsteins Desserthaus: Kursübersicht

WÖLLSTEINS
Desserthaus

GALERIE BEATE BEATE LIVE FÜR FIRMIEN - EVENTS & PRÄSENTE PRIVAT COACHING / INDUSTRIE COACHING PRESSE

MASTERCLASSES KURSE MÜNCHEN KURSKALENDER GUTSCHEIN BLOG ACCOUNT SHOP 0

Desserts- & Nachspeisen
Du möchtest Dein zukünftiges Dinner-Menü mit einer ganz besonderen süßen Überraschung krönen? Raffinierte Desserts im Glas oder das extravagante „Männer-Dessert“ sind nur einige Beispiele für spannende Dessertkurse mit vielen Rezeptideen aus der edlen Patisserie. Hier findest Du eine Auswahl an exklusiven Kursen für alle Nachspeisen-Liebhaber ...
[Weiter zu den Kursen](#)

Cake Design - Torten dekorieren
Mit Liebe selbstgemacht! Torten selber herstellen und für verschiedene Anlässe wie Geburtstage, Hochzeiten und Jubiläen aufwendig dekorieren und dann an Freunde oder die Familie verschenken, ist etwas ganz Besonderes! In den verschiedenen Kursen erlernst Du den Umgang mit Rollfondant, Eiweißspritzglasuren und Buttercreme sowie die richtige Technik für das Einstreichen von Torten, das Modellieren von Blumen sowie das perfekte Finish mit einer Mirror Glaze- Spiegel Glasur.
[Weiter zu den Kursen](#)

Oktoberfest 2023
Der Kurs für Lebkuchenherzen-Wiesn-Herzen in München! Was für eine Gaudi! Bei Original Wiesn-Musi zuerst nach Herzenslust die eigenen Lebkuchenherzen dekorieren, beschriften und dann weiter auf die Wiesn zwitschern. Ein tolles Erlebnis mit Deinen Freunden, der Familie oder im Team. Auch als Firmen-Event möglich. Kursinhalt: Herstellung einer Eiweißspritzglasur. Gemeinsames Ausdekorieren der hausgemachten, vorgefertigten Lebkuchen-Herzen Durchmesser 22cm. Beschriften nach Textvorlagen oder eigener Text / Lieblings NameAnbringu...
[Weiter zu den Kursen](#)

Grundsätzlich geordnetes Layout mit erkennbarem Raster

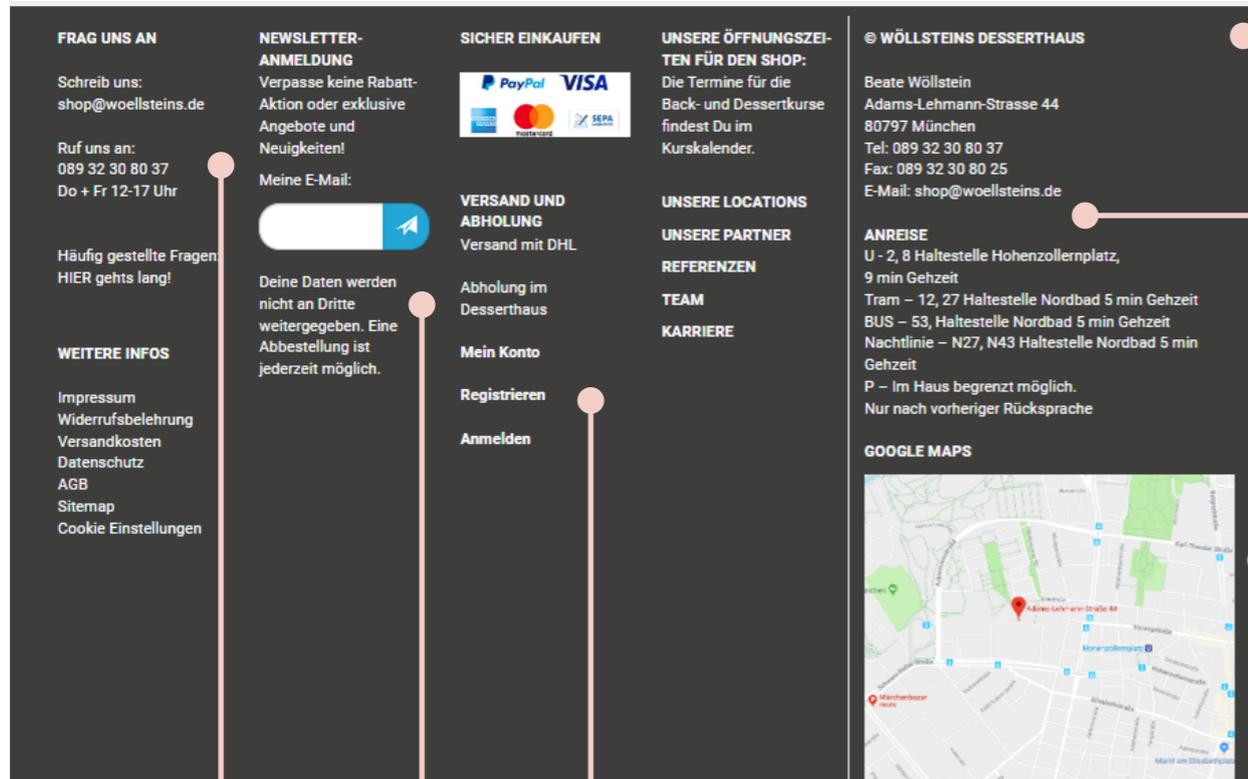
Bilder zu jeweiligen Kursen

Informationen zu Kursen und Terminen

1

Competitor Audit

Wöllsteins Desserthaus: Footerbereich



Ausführlicher Footer-Bereich

Informationen zum Standort und Anreise

Standortkarte

Kontakt Daten

Informationen zum Shop und dortigen Zahlungsmöglichkeiten

Newsletter-Anmeldung

1

Competitor Audit

Erkenntnisse:

Um einen Überblick zu erhalten, wie die Website von Tortenkult im Vergleich zu Konkurrenzseiten auftritt, wurden drei Websites von Konkurrenzunternehmen bzw. Unternehmen aus einer ähnlichen Branche herangezogen und untersucht. Dabei wurden ausschließlich positive Beispiele in diese Dokumentation mit aufgenommen, um Best Practice Beispiele für den weiteren Verlauf des Redesigns zur Hand zu haben.

Grundsätzlich beinhalteten die Websites der Konkurrenz folgende Inhalte und Funktionalitäten:

- Galerie: Klickbare Slides
- Events: Rückblicke auf vergangene Veranstaltungen
- Kursübersicht: Klickbare Buttons für mehr Details
- Kurskalender: Interaktives Kalender-Plugins
- Gutscheine, Blogs
- Kontakt: Kontaktformular

Als Zielgruppe werden primär Hobbybäcker, Back-Enthusiasten, Tortenlieberhaber, Geschenksuchende, Feinschmecker oder Koch- und Backbegeisterte angesprochen.

Inhalt:

Im Vergleich zur der Website von Tortenkult fallen bei den aufgeführten Beispielen die klaren Strukturen und Raster auf, was vorallem bei den Kursübersichten ersichtlich ist. Zudem verfügen alle Konkurrenzseiten über eine gute Einbindung von Kursterminen durch z.B. einen Kurskalender. Des weiteren sind die Websites und deren Unterseiten durch eine bedachte Wahl an Menüpunkten für die Besucher:innen übersichtlich und leicht zu navigieren.

Layout und Struktur:

Alle Websites verfügen über einen Footer, welcher bei Tortenkult fehlt. Außerdem wirken die Seiten im Vergleich zur Website von Tortenkult nicht überladen und gut strukturiert durch einen bedachten Einsatz von Funktionen wie z.B. Bilderkarusselle.

Design:

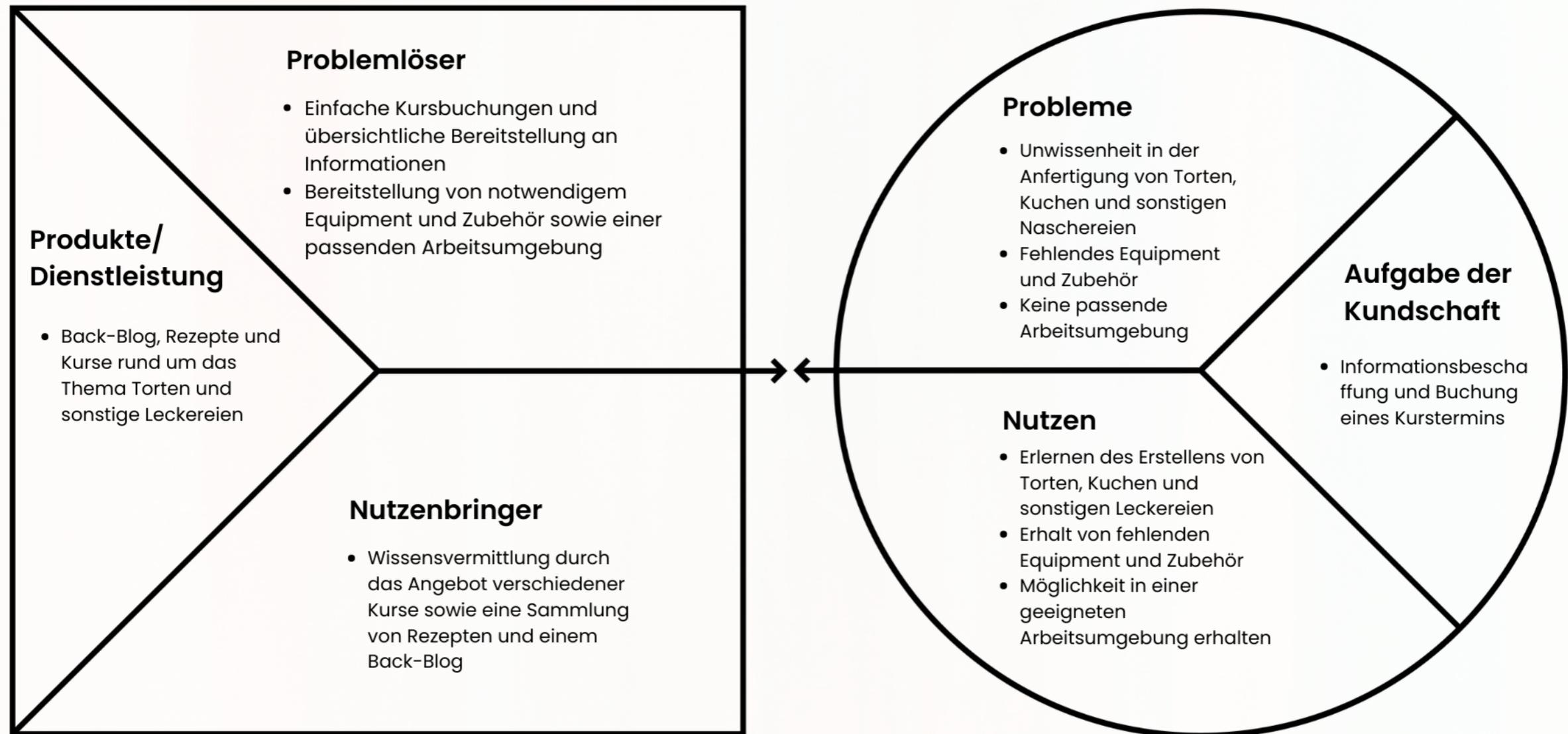
Bei der Gestaltung der Websites der Konkurrenz wurden jeweils einheitliche Farben sowie Schriften verwendet, wodurch ein „aufgeräumtes“ und stimmiges Design entsteht.

1

Leistungsanalyse

Value Proposition Canvas

Kundensegment



1 Secondary Research

Genauere Informationen zu Tortenkult

Im Zuge der Secondary Research wurde sich mit den Leistungen und Angeboten von Tortenkult nochmal ausführlich beschäftigt sowie wissenswerte Daten und Fakten bezüglich der Branche recherchiert.

Social Media:

Tortenkult ist auf folgenden Social Media Plattformen vertreten:

- Instagram
- Facebook
- Pinterest

Die derzeit meist genutzte Plattform ist Instagram. Hier werden Posts in einem Abstand von 1-3 Wochen veröffentlicht.

Darstellung von Kreationen:

Auf der Website werden regelmäßig Bilder von neuen Kreationen veröffentlicht. Diese dienen primär der Inspiration für Website-Nutzer:innen sowie als „Portfolio“ zur Darstellung der kreativen Leckereien für Kursinteressierte.

Angebotene Kurse:

Tortenkult bietet viele verschiedene Kurse an, bei denen Backliebhaber:innen die Kunst der Tortenkreation erlernen können. Das Kursangebot und die Veranstaltung von Kursen ist dabei sehr kundenorientiert und flexibel, da die Kurse auch auf Anfrage geplant werden und somit auf individuelle Wünsche eingegangen werden kann. Zudem besteht zu jedem Kurs das Angebot eines Gutscheins.

Kursablauf:

In den Kursen wird generell mit den mitgebrachten Kuchen der Teilnehmer:innen gearbeitet, da somit das Kreieren einer Torte an einem nicht ganz perfekten Kuchen erlernt wird. In dem Kurs alle benötigten Materialien, Werkzeuge, Getränke und Snacks zur Verfügung gestellt.

Backblog:

Die Website bietet neben dem Angebot von Kursen auch einen Backblog, welcher jedoch derzeit nicht auf dem aktuellsten Stand ist. Hier werden Beiträge zu vergangenen Events bzw. Kursen sowie Rezepte veröffentlicht.

1 Secondary Research

Tortentrends 2023

Tortentrends werden von vielen unterschiedlichen Faktoren beeinflusst und geformt. Eine entscheidende Rolle spielen dabei die Konditoren und Backexperten, welche mit verschiedenen Zutaten, Techniken und Designs experimentieren, um einzigartige und innovative Kreationen zu schaffen.

Aber auch Plattformen wie Instagram, Pinterest oder Backblogs haben einen enormen Einfluss auf die Verbreitung von Tortentrends. Backbegeisterte teilen dort ihre Kreationen, inspirieren andere und lassen Trends viral werden.

Das waren nur zwei Beispiele wie Tortentrends zustande kommen, doch viel mehr interessiert uns welche Torten 2023 im Trend waren:



Glossy Cake



Naked Cake



Ombre Cake



Drip Cake

1

Secondary Research

Fakten aus der Branche

Folgende Daten und Fakten gibt es bezüglich Koch- und Backbegeisterten in Deutschland:

1.

37 % der Koch- und Backbegeisterten sind zwischen 50 und 64 Jahre alt

3.

58 % der Koch- und Backbegeisterten sind sozial aufgeschlossen und gerne in Gesellschaft

2.

64 % der Koch- und Backbegeisterten sind weiblich.

4.

40 % der Koch- und Backbegeisterten sind Nachzügler hinsichtlich digitaler Innovationen, demnach sind 60% geübt in der Digitalen Welt.



1

**Understand the
Brand & Users**

1

Corporate Design Check

Schriften:

Auf der Website von Tortenkult sind verschiedene Schriftarten aufzufinden, woraus sich schließen lässt, dass keine einheitliche Verwendung von vordefinierten Fonts gegeben ist. Auffällig ist jedoch der Stil der verschiedenen Schriftarten.

Sie verkörpern alle ein sehr verspieltes und süßes Design, was thematisch auch sehr gut passt. Jedoch sollte die Verwendung derartiger Schriftarten begrenzt sein, um eine einheitliche Gestaltung sicherzustellen.

1.

Grand Hotel Regular

Diese Schrift wurde für das Logo verwendet.

2.

Coming Soon Regular

Diese Schrift wurde für die Menüleiste sowie Geschäftspapiere verwendet.

3.

Cookie Regular

Diese Schrift sollte für Überschriften verwendet werden - wurde sie jedoch nur sporadisch.

4.

Century Gothic

Diese Schrift wurde für Fließtext verwendet.

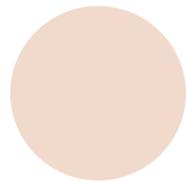
1

Corporate Design Check

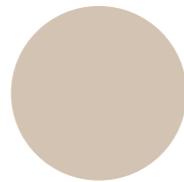
Farben:

Auf der Website lässt sich kein Einsatz von einer vordefinierten Farbpalette für das Corporate Design erkennen.

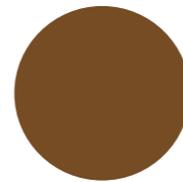
Besonders bei den Braun- und Rosatönen wurden mehrere verschiedene Farben verwendet. Für das Logo wurden die beiden Blautöne sowie der hier dritte Brauntönen verwendet



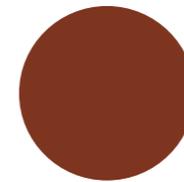
HEX: #f1dacc
RGB: 241| 218| 204
CMYK: 6| 17| 20| 0



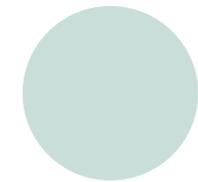
HEX: #d3c3b2
RGB: 211| 195| 178
CMYK: 19| 22| 29| 3



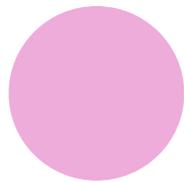
HEX: #754c24
RGB: 117| 76| 36
CMYK: 36| 60| 86| 45



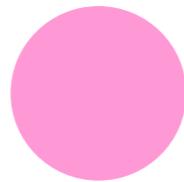
HEX: #7d351f
RGB: 125| 53| 31
CMYK: 32| 81| 87| 41



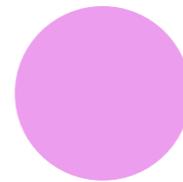
HEX: #c9ded9
RGB: 201| 222| 217
CMYK: 26| 5| 17| 0



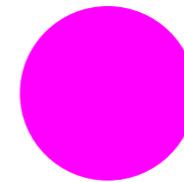
HEX: #edacda
RGB: 237| 172| 218
CMYK: 8| 42| 0| 0



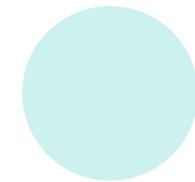
HEX: #ff99d6
RGB: 255| 153| 214
CMYK: 4| 51| 0| 0



HEX: #ff8cc5
RGB: 255| 140| 197
CMYK: 0| 0| 58| 0



HEX: #ff00ff
RGB: 255| 0| 255
CMYK: 41| 78| 0| 0



HEX: #ccf1ee
RGB: 204| 241| 238
CMYK: 23| 0| 11| 0

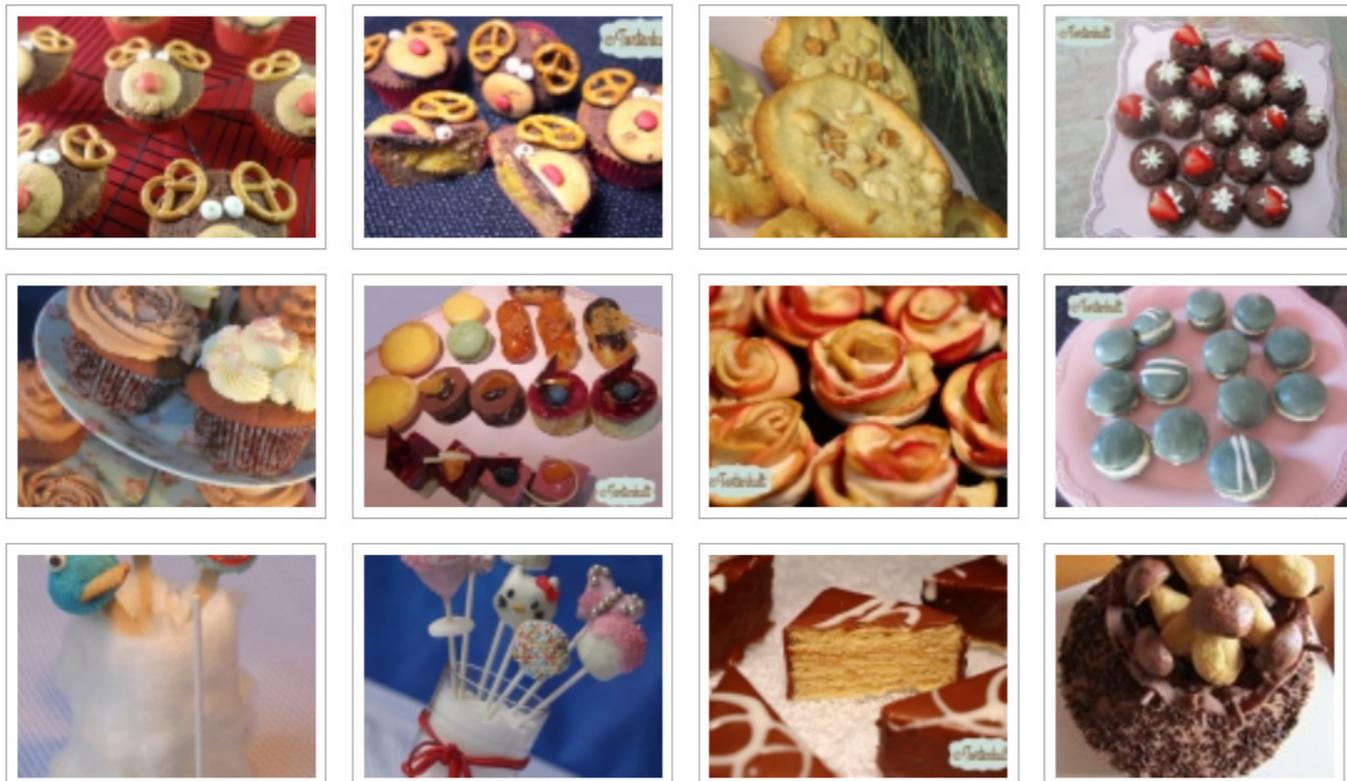
1

Corporate Design Check

Bilderwelt:

Es ist keine einheitliche Bildsprache auf der Webseite zu erkennen. Bei den Bildern handelt es sich um spontane, unbearbeitete Fotos, welche von dem Endprodukt gemacht wurden, als sie final präsentiert wurden.

Diese Szenen spielten sich an unterschiedlichen Orten ab, sodass kein homogener Hintergrund verwendet wurde. Zudem differenzieren sich die Fotos in der Größe, wodurch sie willkürlich auf der Webseite platziert sind.



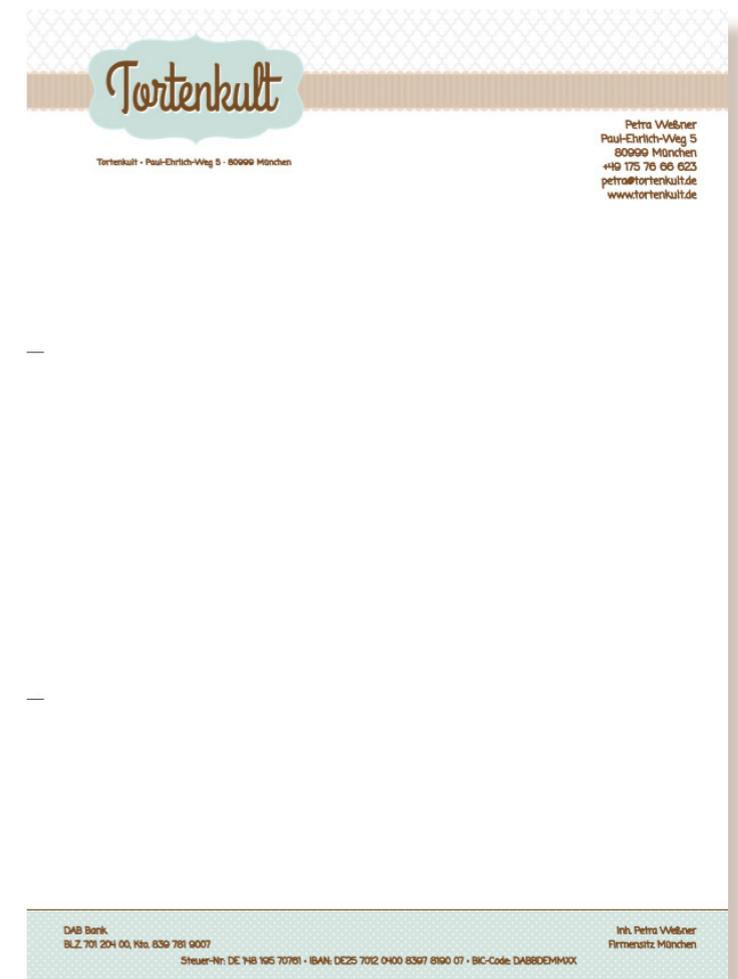
1

Corporate Design Check

Bestehendes Corporate Design

Bei den bestehenden Elementen zeigt sich die regelmäßige Verwendung des Website-Headers ohne der Grafik des Tortenturms.

Grundsätzlich wirkt das Corporate Design sehr verspielt und süß, was definitiv zum Unternehmen passt, jedoch könnte die Gestaltung durch z.B. Änderungen der Fonts aufgewertet werden.



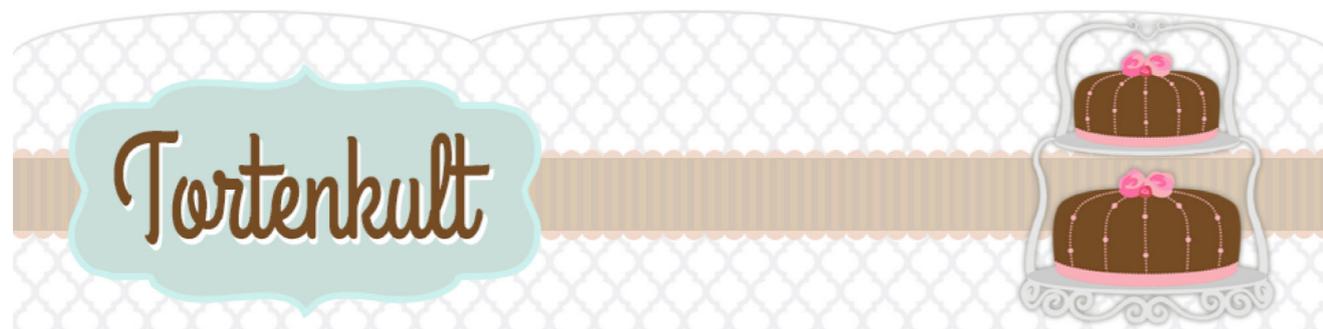
Briefpapier



Logo mit Copyrightzeichen



Vorder- und Rückseite der Visitenkarte



Header der Website

1

Markenpersönlichkeit (Ist)



Monika Berger

Alter: 56 Jahre

Wohnort: Münchner Umland

Familienstand: verheiratet

Geschlecht: weiblich

Beruf: Bürokauffrau

Monika („Moni“) wohnt mit ihrem Mann und ihren beiden Katzen in einem Haus am Stadtrand von München. Das Herzstück ihres Hauses ist die große, offene, sehr wohnlich eingerichtete Küche, in welcher sie nach ihrer Arbeit als angestellte Bürokauffrau jede freie Minute verbringt, um ihre Kreativität an neuen Rezepten und tollen leckeren Kreationen auszulassen.

Ihr Charakter lässt sich anhand folgender Merkmale beschreiben:

- leidenschaftlich
- tierlieb
- verrückt
- entspannt

In ihrer Freizeit liest sie gerne Liebesromane und durchblättert sämtliche Frauenzeitschriften oder Backmagazine.

Ihre Lieblingsfernsehsendung ist „Das perfekte Dinner“.



2

**Define the Goal &
Plan the Website**

2

Persona 1: Bene



Bene Huber

Alter: 32 Jahre

Wohnort: München

Familienstand: ledig

Geschlecht: männlich

Beruf: Café Betreiber

"Ich bin glücklich, wenn alle Menschen um mich herum auch glücklich sind."

Bene betreibt sein eigenes Café im Herzen Münchens und bietet dort bereits neben Kaffeespezialitäten verschiedene Kuchen und andere süße Leckereien an. Da er des Öfteren Reservierungen für Events wie z.B. Taufen oder Geburtstage erhält, möchte er in Zukunft persönlich kreierte Torten als zusätzliche Leistung anbieten, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

Persönlichkeit:

- Optimistisch
- Begeisterungsfähig
- Sozial aufgeschlossen
- Selbstdiszipliniert
- Offen

Freizeit:

In seiner Freizeit kocht und backt er gerne für seine Freunde und Familie, skatet und spielt Gitarre.

Probleme:

Durch seine Selbstständigkeit ist er zeitlich sehr eingespannt.

2

Use Case: Bene



Bene Huber

Um die verschiedenen Bedürfnisse und Ziele bei der Nutzung der Website von Tortenkult zu erfassen, wurden mögliche Anforderungen von Bene in einem Use Case festgehalten. Der weitere Entwicklungsprozess des Redesigns der Website basiert jedoch auf dem Use Case von Ella, welcher auf den folgenden Seiten zu finden ist.

Bene Huber hat folgende Anforderungen an die Website:

Informationen:

Bene möchte Informationen über die Kursleitung haben. Er möchte erfahren, welche Erfahrung und Fachkenntnisse die Veranstalterin hat, damit er sicher sein kann, dass er von einem qualifizierten Profi unterrichtet wird.

Zudem möchte er über notwendige Vorkenntnisse und Ausstattung informiert werden.

Kursangebot:

Bene möchte eine Übersicht über alle Kurse haben, die auf der Webseite angeboten werden. Er erwartet, dass die Kurse nach Schwierigkeitsgrad und Themenbereich kategorisiert sind. Die Beschreibung jedes Kurses sollte detailliert sein, damit er genau weiß, was ihn erwartet.

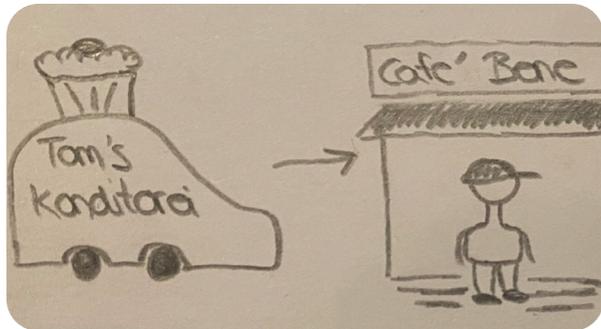
Anmeldung und Bezahlung

Bene erwartet eine einfache und unkomplizierte Anmeldung für die Kurse. Er möchte verschiedene Zahlungsmöglichkeiten haben und sicher sein, dass seine Daten sicher und geschützt sind.

2 User Journey: Bene

1/2

Bene bezieht seine Kuchen, Torten und sonstigen Spezialität von einer Konditorei aus dem Nachbarbezirk.



User Goal:

Beschaffung seiner Ware, welche er in seinem Café anbietet.

Expectation:

Pünktliche und zuverlässige Lieferung der Waren.

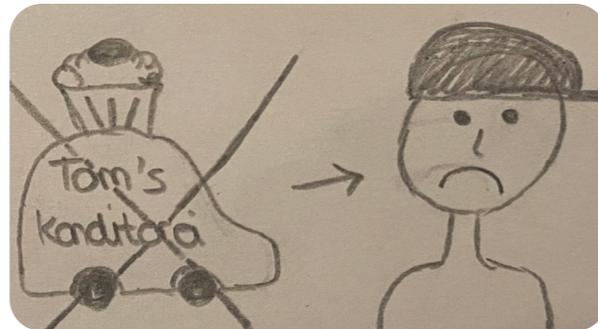
Pain Points:

Mögliche Verzögerungen oder Lieferprobleme, erhöhte Kosten für den Transport.

Tools:

Telefon oder E-Mail für die Bestellung und Koordination der Lieferungen.

Da die Inhaber dieser Konditorei demnächst in Rente gehen und keine Nachfolger gefunden haben, wird sie leider schließen.



User Goal:

Wunsch nach Fortsetzung der Geschäftsbeziehung mit der Konditorei.

Expectation:

Fortdauernde Verfügbarkeit von hochwertigen Waren.

Pain Points:

Verlust eines vertrauten Lieferanten, Schwierigkeiten bei der Suche nach einem gleichwertigem Ersatzlieferanten.

Tools:

Telefon oder E-Mail

Bene überlegt, einen eigenen Konditoren-Meister zu machen, um sich u.a. von Lieferanten unabhängig zu machen.



User Goal:

Unabhängigkeit von Lieferanten durch die Herstellung von eigenen Konditoreiwaren.

Expectation:

Kontrolle über die Qualität der Waren, anpassungsfähiges Angebot.

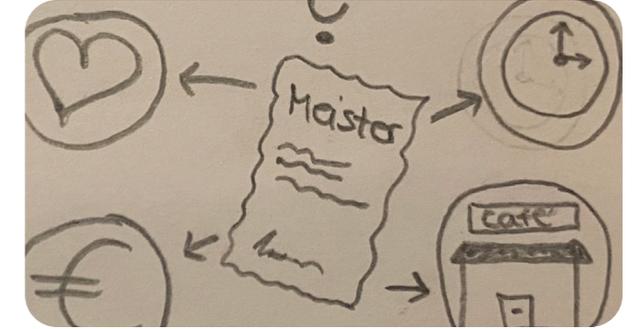
Pain Points:

Evtl. höhere Kosten, mehr Zeitaufwand für die Herstellung, Investition in Ausbildung etc.

Tools:

Schulungs-, Kursmaterialien

Da er für die Meister-Ausbildung jedoch viel Zeit und Aufwand investieren müsste, hadert er noch.



User Goal:

Gegenüberstellung von Pro- und Kontraargumenten.

Expectation:

Klarheit, ob die Ausbildung Sinn macht.

Pain Points:

Investition von Zeit und Geld in die Ausbildung, Unsicherheit über zukünftigen Erfolg.

Tools:

Recherche-, Kostenanalyse-Tools, Gespräche mit Café-Besitzern mit Meistertitel.

2 User Journey: Bene

2/2

Um sicherzugehen, dass ihm das Konditoren-Handwerk Spaß bereitet und möchte vorerst einen Kurs belegen.



User Goal:

Sicherheit gewinnen, dass ihm das Konditorei-Handwerk Spaß und Freude bereitet

Expectation:

Erfahrungen sammeln und Fähigkeiten verbessern, um eine Entscheidung treffen zu können.

Pain Points:

Investition von Zeit und Geld in den Kurs.

Tools:

Recherche, Erfahrungsberichte, Kontakt mit Lehrenden.

Er informiert sich über Kurse in seiner Umgebung.



User Goal:

Abgleich verschiedener Anbieter und deren Angeboten.

Expectation:

Finden von Kursen, die seinen Bedürfnissen und Anforderungen entsprechen.

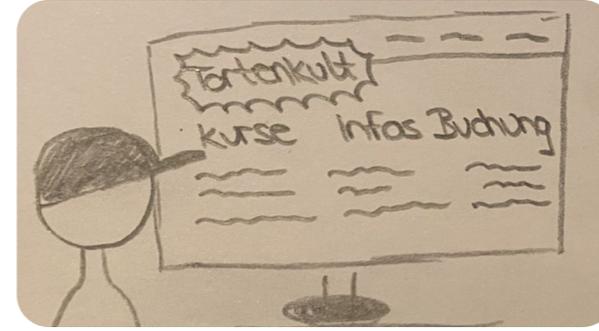
Pain Points:

Begrenzte Auswahl an Kursen in seiner Umgebung, Unsicherheit über Qualität und den Nutzen.

Tools:

Internetsuche, Persönlicher Austausch.

Dann stößt er auf die Website von Tortenkult und informiert sich über die angebotenen Kurse.



User Goal:

Informationen erhalten und passenden Kurs finden.

Expectation:

Klarheit über die Kursinhalte, -dauer, -kosten und -bedingungen

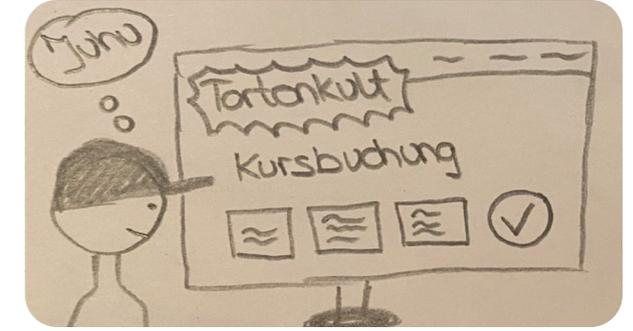
Pain Points:

Begrenzte Informationen auf der Website, Schwierigkeiten bei der Kontaktaufnahme

Tools:

Besuch der Website, Kontaktaufnahme mit Tortenkult.

Er sucht sich einen passenden Kurs aus und bucht sofort einen Termin.



User Goal:

Intuitive und einfache Terminbuchung mit anschließender schriftlicher Bestätigung.

Expectation:

Erfüllung seiner Bedürfnisse und Anforderungen, klare Informationen über den gebuchten Kurs.

Pain Points:

Begrenzte Verfügbarkeit von Kursen oder Terminen, Unsicherheit über Lernerfolg.

Tools:

Besuch der Website, Buchung

2

User Stories: Bene



Bene Huber

1.

Als wissbegierige Person möchte Bene seinen Horizont erweitern, indem er in einem Tortenkurs bei Tortenkult neue Techniken und Rezepte kennenlernt und seine Fähigkeiten im Konditorei-Handwerk stetig verbessert.

2.

Als Hobbybäcker möchte Bene in einem Tortenkurs bei Tortenkult die Grundlagen des Konditorei-Handwerks lernen, um diese in seinem Café anzuwenden.

3.

Als angehender Konditor-Azubi möchte Bene einen Tortenkurs bei Tortenkult belegen, um seine Fähigkeiten im Konditorei-Handwerk zu testen, bevor er sich für eine Ausbildung zum Konditoren-Meister entscheidet.

4.

Als Neukunde möchte Bene auf der Website von Tortenkult leicht und schnell Informationen über verschiedene Kurse finden, um einen passenden Kurs buchen zu können.

5.

Als Cafébetreiber möchte Bene durch den Besuch eines Tortenkurses bei Tortenkult seine Kundenbindung erhöhen, indem er sie mit seiner persönlich kreierten Tortenkunst beeindruckt.

6.

Als Cafébetreiber möchte Bene lernen, wie er seine eigenen Torten kreieren und personalisieren kann, um seine Kunden mit einzigartigen Leckereien zu begeistern.

7.

Als rücksichtsvoller Mensch möchte Bene in einem Tortenkurs bei Tortenkult auch lernen, wie er besondere Anforderungen wie Allergien oder vegane Ernährung bei der Herstellung von Torten berücksichtigen kann.

Persona 2: Ella



Ella Birnbacher

Alter: 47 Jahre

Wohnort: München

Familienstand: verheiratet

Geschlecht: weiblich

Beruf: Lehrerin

„Ein Stück Kuchen ist mindestens genauso wichtig wie eine Lektion im Klassenzimmer.“

Ella ist ein absoluter Familienmensch und liebt es ihre Familie zu bekochen und mit süßen Kreationen zu verwöhnen. Da sie ihren Familienmitgliedern jedes Jahr einen persönlichen Geburtstagskuchen zaubert, möchte sie ihre Fähigkeiten ausbauen und sich in die Welt der Tortenkreation wagen.

Persönlichkeit:

- Kinderfreundlich
- Lebensfroh
- Empathisch
- Fürsorglich
- Extrovertiert

Freizeit:

In ihrer Freizeit backt und kocht sie gerne für ihre Familie, geht mit dem Hund spazieren und werkelt im Garten.

Probleme:

Durch ihre Berufstätigkeit und die Koordination aller Termine von ihr und den beiden Kindern ist sie zeitlich sehr eingespannt.

2

Use Case: Ella



Ella Birnbacher

Um sicherzustellen, dass die Website von Tortenkult die Bedürfnisse der Nutzer:innen erfüllt und ein optimales Nutzungserlebnis bietet, wurde auch stellvertretend für Ella ein Use Case erstellt. Der Entwicklungsprozess der Website orientiert sich an den hier beschriebenen Anforderungen.

Kursangebot:

Wie Bene, möchte auch Ella eine Übersicht über alle Kurse haben, die auf der Webseite angeboten werden. Sie erwartet, dass die Kurse nach Themenbereich kategorisiert sind. Die Beschreibung jedes Kurses sollte detailliert sein, damit sie genau weiß, was sie erwartet.

Bewertung und Feedback:

Ella würde sich über Feedback-Stimmen von anderen Teilnehmer auf der Webseite freuen, die bereits an den Kursen teilgenommen haben, um zu erfahren, ob sie den Kurs empfehlen würden und welche Erfahrungen sie gemacht haben.

Kontakt:

Ella möchte sich auch darauf verlassen können, dass sie bei Fragen Unterstützung erhält. Sie erwartet, dass auf der Webseite Kontaktdaten bereitgestellt werden, sodass mögliche Probleme schnellstmöglich geklärt werden können.

Morgen ist der Geburtstag von Ella's Tochter. Sie überlegt, welchen Kuchen sie backen könnte.



User Goal:

Ideenfindung für passenden Geburtstagskuchen.

Expectation:

Finden eines Kuchens, der den Wünschen entspricht.

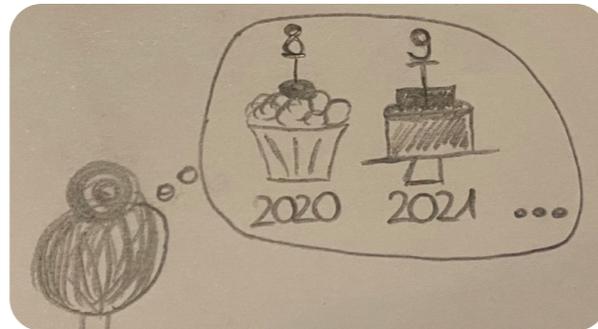
Pain Points:

Begrenzte Zeit, begrenzte Erfahrung im Backen von Kuchen.

Tools:

Rezeptrecherche im Internet oder Backbüchern.

Sie überlegt, welche Kuchen sie die letzten Jahre gebacken hatte.



User Goal:

Erinnerungen der Kuchen der letzten Jahre hervorrufen.

Expectation:

Klare Erinnerungen an die vergangenen Jahre.

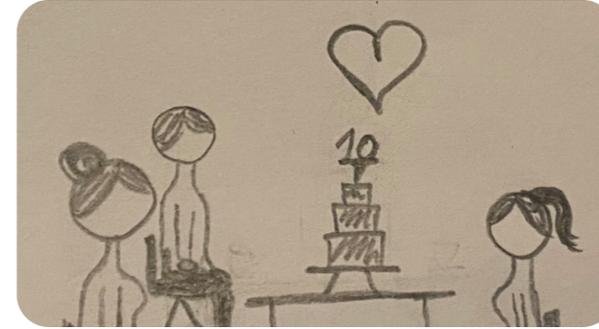
Pain Points:

Begrenzte Erinnerung oder fehlende Dokumentation der gebackenen Kuchen.

Tools:

Notizen oder Fotos aus vergangenen Jahren, Nachfrage bei Familienmitglieder o.Ä.

Zudem möchte sie, dass es bei der Familienfeier jedem schmeckt und ein echter Hingucker auf dem Tisch ist.



User Goal:

Versuch etwas Besonderes zu kreieren, was Aufsehen erzeugt.

Expectation:

Rezepte oder Ideen für einen Kuchen finden, der schmackhaft und optisch schön ist.

Pain Points:

Unterschiedliche Geschmäcker in der Familie, Schwierigkeiten beim Finden des Rezepts oder Backen des Kuchens.

Tools:

Rezeptrecherche

Im TV hatte sie die Show „Das große Backen“ gesehen, wo Motivtorten zu einem vorgegeben Thema kreiert werden.



User Goal:

Inspirationen und Ideen sammeln.

Expectation:

Neue Ideen und Inspirationen durch die Fernsehshow.

Pain Points:

Begrenzte Erfahrung im Backen von aufwendigen Kuchen und Torten.

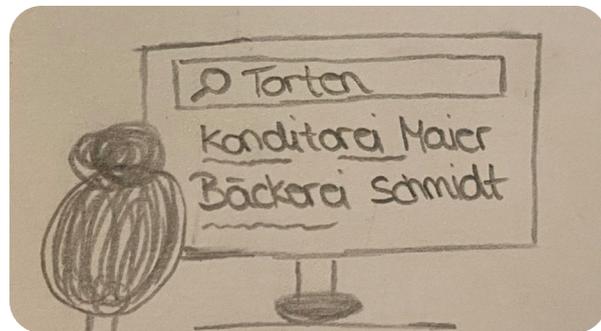
Tools:

Inspirationen aus dem TV, Internet oder Kochbüchern.

2 User Journey: Ella

2/2

Sie informiert sich im Internet nach Torten und findet viele Konditoreien – ein Tortenkauf ist ihr jedoch zu unpersönlich.



User Goal:

Weitere Inspirationen suchen und Abwägung von verschiedenen Möglichkeiten.

Expectation:

Geeignete Torte oder Tortenidee finden.

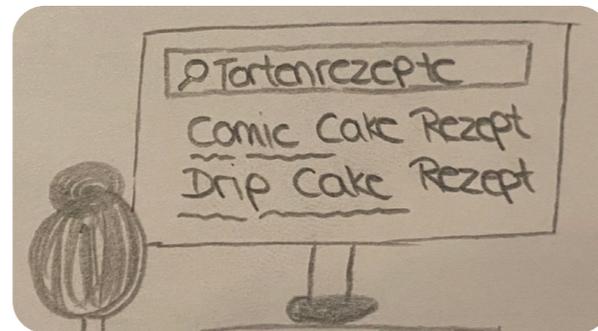
Pain Points:

Schwierigkeiten beim Finden einer Torte oder Tortenidee.

Tools:

Rezeptrecherche

Anschließend sucht sie nach Rezepten, jedoch würde sie gerne mehr zur Kreation von Torten lernen.



User Goal:

Fähigkeit zur Kreation von Torten erlernen und verbessern.

Expectation:

Informationen über Techniken und Methoden zur Kreation.

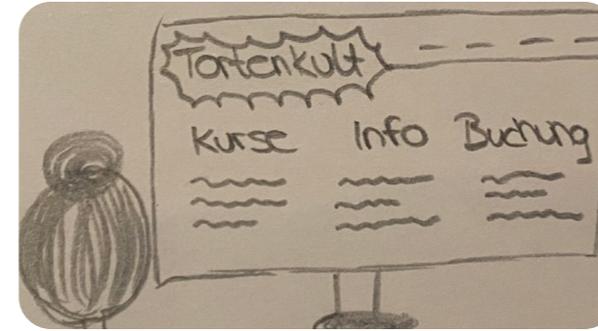
Pain Points:

Begrenzte Erfahrung im Backen, Schwierigkeiten bei der Suche nach Lernressourcen.

Tools:

Online-Kurse, Video-Tutorials, Rezeptbücher...

Dann stößt sie auf die Website von Tortenkult und möchte die Tortenkunst durch einen Kurs erlernen.



User Goal:

Informationen und passenden Kurs finden.

Expectation:

Informationen und praktische Anleitung zum kreieren von Torten.

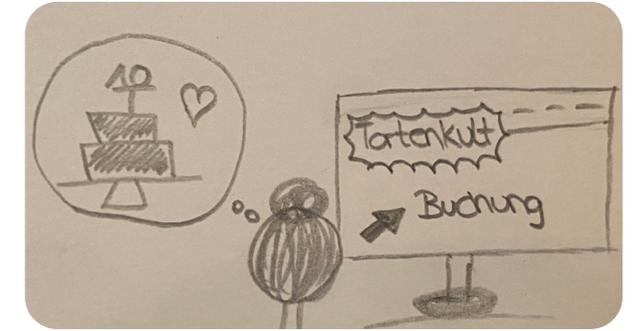
Pain Points:

Begrenzte Erfahrung im Backen, Schwierigkeiten bei der Suche nach Lernressourcen.

Tools:

Website von Tortenkult

Für den morgigen Geburtstag wird sie den Lieblingskuchen machen – bucht jedoch gleich einen Tortenkurs.



User Goal:

Intuitive und einfache Terminbuchung mit anschließender schriftlicher Bestätigung.

Expectation:

Erfüllung ihrer Bedürfnisse und Anforderungen, klare Informationen über den gebuchten Kurs.

Pain Points:

Begrenzte Verfügbarkeit von Kursen oder Terminen, Unsicherheit über den Lernerfolg.

Tools:

Besuch der Website, Buchung

2

User Stories: Ella



Ella Birnbacher

1.

Als Backliebhaberin möchte Ella lernen, wie verschiedene Kuchenteige zubereitet werden können, um ihre Kreationen noch vielfältiger gestalten zu können.

2.

Als Backliebhaberin möchte Ella auf der Website von Tortenkult nach Kursen suchen, um ihre Fähigkeiten in der Tortenkreation zu verbessern und ihrer Familie noch bessere Geburtstagskuchen zu zaubern.

3.

Als Perfektionistin möchte Ella lernen, wie sie Torten dekorieren kann, um ihrer Kreativität freien Lauf zu lassen und ihre Torten zu echten Hinguckern zu machen.

4.

Als Hobbybäckerin möchte Ella einen Tortenkurs bei Tortenkult buchen, um eines ihrer liebsten Hobbys in ihrer Freizeit ausüben zu können.

5.

Als wissbegierige Person möchte Ella die Erfahrungen und Tipps von Tortenkult nutzen, um ihre Fähigkeiten in der Tortenkreation zu verbessern und sich auf die nächste Geburtstagsfeier vorzubereiten.

6.

Als aufgeschlossener Mensch möchte Ella in einer angenehmen Atmosphäre bei Tortenkult neue Menschen kennenlernen, die ihre Begeisterung für Tortenkreation teilen und von deren Erfahrungen profitieren.

7.

Als Tortenkursbesucherin möchte Ella sich mit anderen Tortenbäckerinnen und -bäckern austauschen, um neue Inspirationen und Tipps zu erhalten.

2

Anforderungen im Überblick

Aus den bisher erhaltenen Informationen aus den vorherigen Unterkapiteln, lassen sich folgende Anforderungen an die Website von Tortenkult aufstellen:

Anforderungen des Unternehmens

Tortenkult legt Wert auf eine professionelle Präsentation des Angebots auf der Webseite. Die Darstellung der Kurse soll übersichtlich und ansprechend sein, sodass Besucher schnell alle relevanten Informationen zu den Kursinhalten und Terminen finden können. Zudem ist es wichtig, dass die Webseite eine einfache Verwaltung und Aktualisierung der Kursinformationen und Buchungen ermöglicht, um den administrativen Aufwand zu minimieren. Die Integration von Social-Media-Kanälen ist ebenfalls von Bedeutung, um eine größere Reichweite zu erzielen und Kundeninteraktionen zu fördern. Darüber hinaus ist es für Tortenkult wichtig, dass die Webseite eine schnelle Ladezeit und eine zuverlässige Performance bietet, um ein reibungsloses Nutzererlebnis zu gewährleisten.

Anforderungen der Nutzer:innen

Die Nutzerinnen und Nutzer erwarten eine benutzerfreundliche Website mit einer einfachen Navigation, übersichtlicher Darstellung der Kurse und leicht zugänglichen Informationen zu Inhalten und Terminen. Sie möchten die Kurse online buchen können und suchen inspirierende Blogbeiträge und Rezepte. Zudem legen sie Wert auf ein ansprechendes Design und eine mobile-optimierte Version der Webseite.

Anforderungen der Marke

Die Marke Tortenkult legt großen Wert auf eine konsistente und ansprechende Darstellung auf der Webseite. Es ist wichtig, dass die Webseite die Qualität und Expertise im Bereich der Tortenkreation vermittelt, um das Vertrauen der Besucher zu gewinnen. Durch die Verwendung hochwertiger Bilder und Inhalte soll eine positive Markenwahrnehmung geschaffen werden. Zudem liegt der Fokus auf der Kundenzufriedenheit und einem positiven Kundenerlebnis, was durch eine benutzerfreundliche Webseite sichergestellt werden soll.



3

**Plan the Brand
Experience**

3 Transformation der Markenpersönlichkeit

Alte Markenpersönlichkeit

Die derzeitige Markenpersönlichkeit wird durch Monika Berg verkörpert, welche bereits im ersten Kapitel dargestellt wurde.

Aus den gewonnenen Erkenntnissen der Zielgruppe von Tortenkult wird nun eine neue Markenpersönlichkeit definiert.

Dies dient dazu, eine starke Verbindung und Identifikation der Zielgruppe mit der Marke herzustellen. Durch eine gezielte Ausrichtung der Markenpersönlichkeit auf die Bedürfnisse, Werte und Vorlieben der Zielgruppe kann eine authentische und ansprechende Markenbotschaft vermittelt werden. Dies schafft Vertrauen, weckt Interesse und fördert langfristige Bindungen zwischen der Marke und den Besuchern der Website.



Monika Berger

Alter: 56 Jahre

Wohnort: Münchner Umland

Familienstand: verheiratet

Geschlecht: weiblich

Beruf: Bürokauffrau

3

Markenpersönlichkeit (Neu)



Susi Bachmeier

Alter: 45 Jahre

Wohnort: München

Familienstand: verheiratet

Geschlecht: weiblich

Beruf: Selbstständig

Susanne („Susi“) wohnt mit ihrem Mann und ihren beiden Töchtern in einem Haus am Stadtrand von München. Sie ist seit einigen Jahren mit ihrem Unternehmen Tortenkult selbstständig, wodurch sie regelmäßig Tortenkurse veranstaltet, individuelle Wünsche (Torten, Cupcakes etc.) für Kunden umsetzt, einen eigenen Backblog betreibt uvm.

Ein Highlight ihres Hauses ist der neue Anbau mit einer großen, offenen Küche, welche als Veranstaltungsraum für die Tortenkurse genutzt wird. Der Anbau wurde extra für die Kurse ausgelegt und bietet neben der Küche auch gut ausgestattete Arbeitsplätze für die Kursbesucher:innen.

Wenn Susi in ihrer Freizeit nicht in ihrer privaten Küche steht, ist sie im Anbau ihres Hauses zu finden, in welchem sie jede freie Minute verbringt, um ihre Kreativität an neuen Rezepten und tollen leckeren Kreationen auszulassen.

Susi ist leidenschaftlich, aufgeschlossen, ein bisschen verrückt und fährt einen mintgrünen Fiat 500, in welchem am Rückspiegel ein kleiner Anhänger in Form eines Cupcakes baumelt.

3

Die Essenz

Um eine einheitliche Markenbotschaft zu kommunizieren, ein konsistentes Markenerlebnis zu schaffen und die Identifikation und Bindung der Zielgruppe mit der Marke zu stärken, wurde die Essenz von Tortenkult definiert.

Auf ihr basieren im weiteren Verlauf des Redesign-Prozesses alle strategischen- und gestalterischen Entscheidungen, wodurch sie als Orientierungspunkt gilt.

Die Essenz wurde anhand von drei Begriffen definiert, welche die Marke von Tortenkult widerspiegelt. Dabei soll jeder dieser Begriffe mit den darunter beschriebenen Werten assoziiert werden.

1.

Süße Kreation

Dieser Wert soll durch folgende Merkmale kommuniziert werden: süß, Freude, verspielt, Leidenschaft, Handwerkskunst und Qualität.

2.

Kreative Inspiration

Dieser Wert soll durch folgende Merkmale kommuniziert werden: Kreativität, Innovation, Freiheit, Individualität, Abenteuer, Experimentierfreude

3.

Harmonisches Miteinander

Dieser Wert soll durch folgende Merkmale kommuniziert werden: Gemeinschaft, Teamgeist, Spaß, Freude, Austausch

3

Collage



Mit Hilfe der bereits erarbeiteten Erkenntnisse und Ideen aus den beiden vorherigen Kapiteln, wurden die Eindrücke anhand einer Collage visuell aufgegriffen.

Die Collage dient dabei als Inspirationsquelle und visuelle Referenz für das Design und hilft dabei, eine kohärente visuelle Sprache für die Website zu entwickeln.

Die Inspirationen stammen dabei aus verschiedenen Zeitschriften, wobei sich darauf konzentriert wurde, alltägliche Ereignisse und Momentaufnahmen, welche im Zusammenhang mit der Marke stehen, aufzugreifen.

3

Moodboard

Als digitales Pendant zur Collage wurde zusätzlich ein Moodboard erstellt.

Hier bei wurde sich vorerst nicht an der Collage orientiert, um den Gestaltungsspielraum nicht einzugrenzen und gegebenenfalls neue Ideen generieren zu können. Dabei wurde sich auf die Bilder- und Farbwelt konzentriert sowie passende Schriftarten gesucht, welche mit dem Thema der Tortenkreation assoziiert werden.



3

Entwicklung des neuen CDs

Anhand der beiden visuellen Inspirationsquellen der Collage und des Moodboards sowie der davor definierten Essenz wurde anschließend ein neues Design entwickelt, was die Marke von Tortenkult repräsentieren soll.

Dafür wurde vorerst ein Logo entworfen, wozu folgender Überblick dient:

Bestehendes Logo



Das Logo bestand primär aus dem Schriftzug des Namens, sowie einem verspielten Rahmen, welcher auf der Website meist in Verbindung mit einer Tortengrafik genutzt wurde.

Logo Redesign



Der Bezug zur Unternehmensidee wurde anhand der Tortengrafik im Logo aufgenommen. Zudem wurde sich an der Essenz und u.a. den Begriffen Süße Kreation und kreative Inspiration orientiert.

Finales Logo Redesign



Optimierung: Die Idee der Torte im Logo wurde beibehalten, das Erscheinungsbild wurde jedoch stimmiger in sich gestaltet. Der Bogen um die Torte greift nun auch noch den Begriff des harmonischen Miteinanders der Essenz auf.

3 Stylescape

Nachdem das Logo und weitere Gestaltungselemente erstellt wurden, wurden diese mittels eines Stylescapes zusammengetragen, um einen visuellen Überblick zu schaffen.



*Tortenkurse, Backblog
und Rezepte*

Kreative Inspiration sowie
leckere Kreationen für
Backfreunde und Tortenliebende.



Neben dem Logo sind die definierten Schriftarten, Farben, gestaltete Icons, Illustrationen und bereits erste Darstellungen von Button-Zuständen für die Website visualisiert.

Zudem ist ein Entwurf für das Design einer Visitenkarte sowie ein Bild für die Visualisierung der Bilderwelt in dem Stylescape aufzufinden.



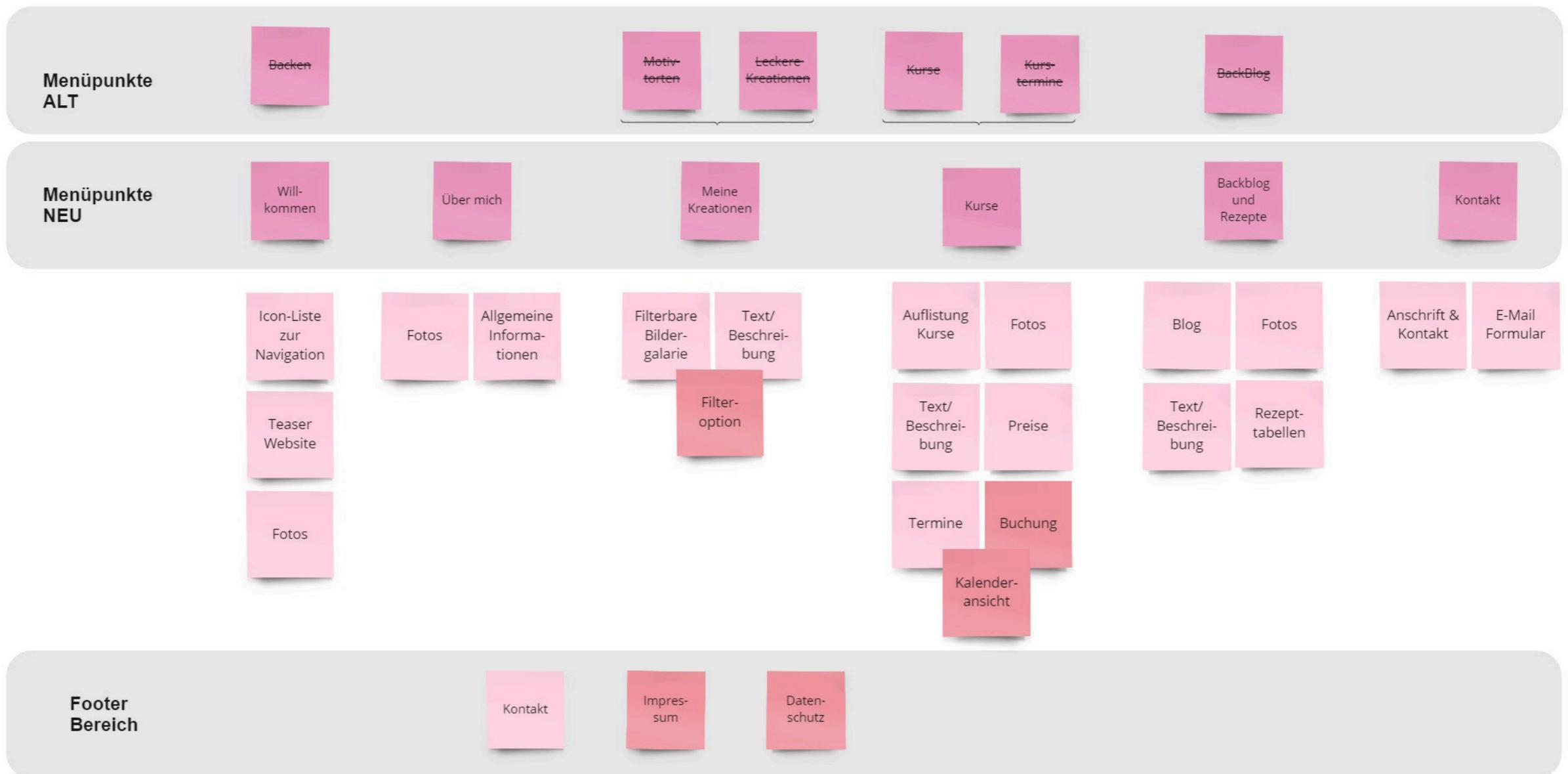
4

**Plan the User
Experience**

4 Card Sorting

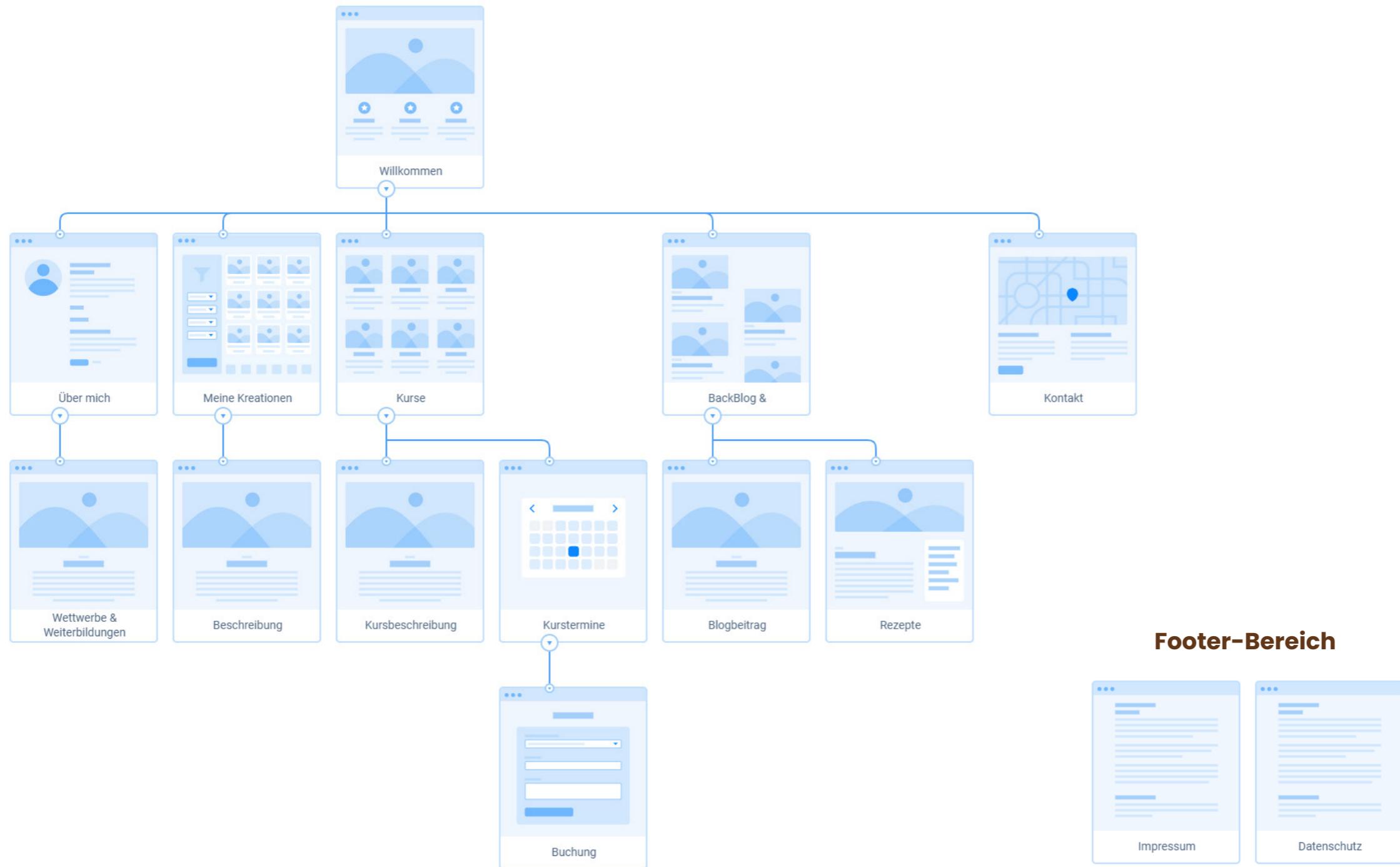
Anhand des Card Sortings wurden die Inhalte und Funktionen der Website analysiert und in logische Einheiten sortiert. Dabei wurden zunächst gegenwärtigen Menüpunkte, zusammengefasst sowie Neue ergänzt.

● Menüseiten ● Inhalte ● Seiten und Funktionen außerhalb des Hauptmenüs



4 Sitemap

Auf Basis des Card Sortings wurde anschließend die Struktur der Website anhand einer Sitemap visuell dargestellt.



4 User Flow: Zur Erinnerung

In Kapitel 2 Define the Goal & Plant the Website wurden folgende Use Cases für die Personas Bene und Ella beschrieben., zu welchen auf den folgenden Seiten jeweils ein User Flow erstellt wurde, welcher mögliche Nutzungswege aufzeigt.

Bene Huber

Informationen:

Bene möchte Informationen über die Kursleitung haben. Er möchte erfahren, welche Erfahrung und Fachkenntnisse die Veranstalterin hat, damit er sicher sein kann, dass er von einem qualifizierten Profi unterrichtet wird. Zudem möchte er über notwendige Vorkenntnisse und Ausstattung informiert werden.

Kursangebot:

Bene möchte eine Übersicht über alle Kurse haben, die auf der Webseite angeboten werden. Er erwartet, dass die Kurse nach Schwierigkeitsgrad und Themenbereich kategorisiert sind. Die Beschreibung jedes Kurses sollte detailliert sein, damit er genau weiß, was ihn erwartet.

Anmeldung und Bezahlung

Bene erwartet eine einfache und unkomplizierte Anmeldung für die Kurse. Er möchte verschiedene Zahlungsmöglichkeiten haben und sicher sein, dass seine Daten sicher und geschützt sind.

Ella Birnbacher

Kursangebot:

Wie Bene, möchte auch Ella eine Übersicht über alle Kurse haben, die auf der Webseite angeboten werden. Sie erwartet, dass die Kurse nach Themenbereich kategorisiert sind. Die Beschreibung jedes Kurses sollte detailliert sein, damit sie genau weiß, was sie erwartet.

Bewertung und Feedback:

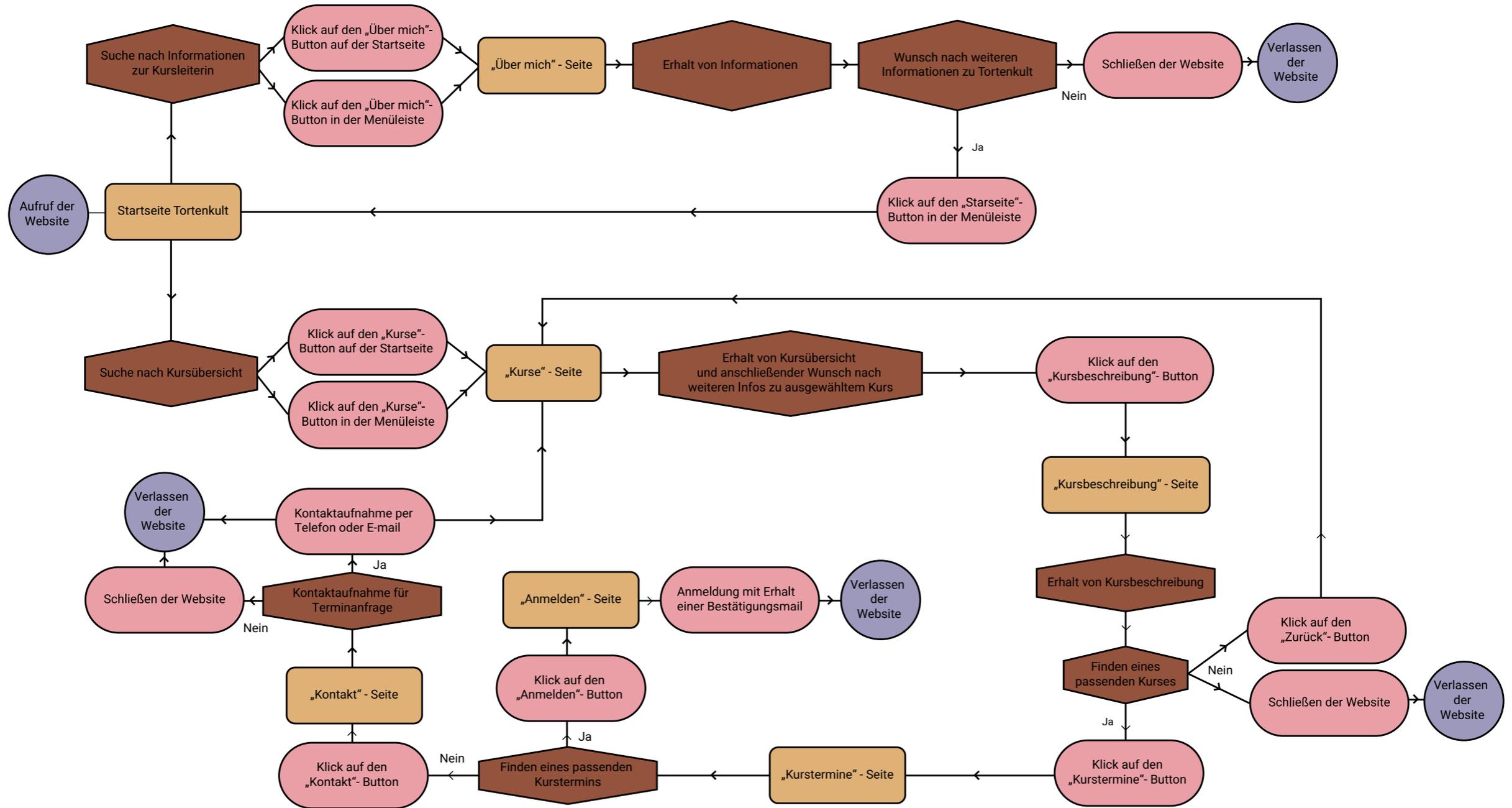
Ella würde sich über Feedback-Stimmen von anderen Teilnehmer auf der Webseite freuen, die bereits an den Kursen teilgenommen haben, um zu erfahren, ob sie den Kurs empfehlen würden und welche Erfahrungen sie gemacht haben.

Kontakt:

Ella möchte sich auch darauf verlassen können, dass sie bei Fragen Unterstützung erhält. Sie erwartet, dass auf der Webseite Kontaktdaten bereitgestellt werden, sodass mögliche Probleme schnellstmöglich geklärt werden können.

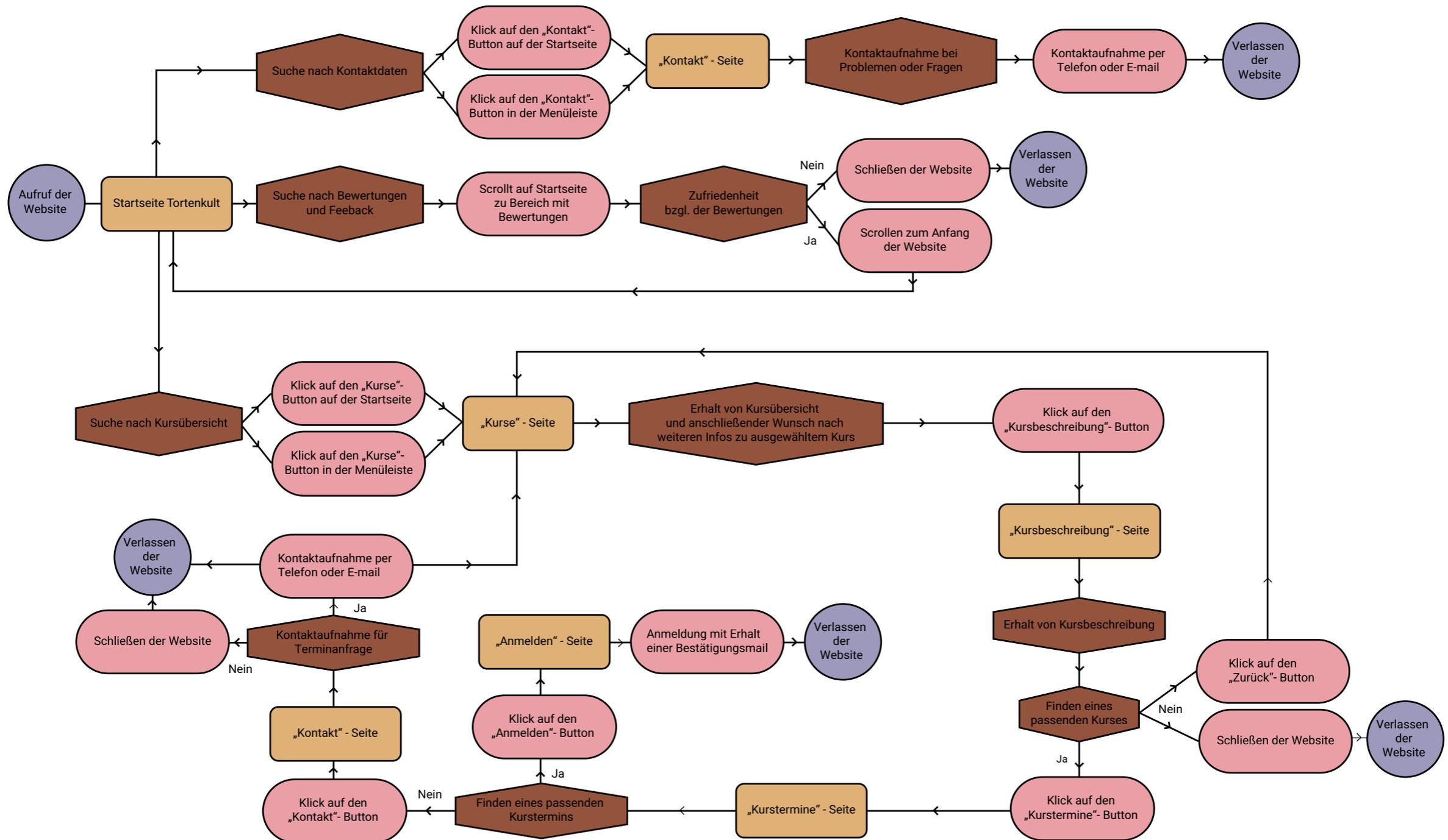
4

User Flow 1: Bene



4

User Flow 2: Ella



5

**Idea
Generation**

5

Ausgangspunkt

Die folgenden Arbeitsschritte zu den ersten Scribbles, Wireframes und letztendlich den HiFi-Prototypen basieren auf dem Use Case von Ella.



Ella Birnbacher

Kursangebot:

Wie Bene, möchte auch Ella eine Übersicht über alle Kurse haben, die auf der Webseite angeboten werden. Sie erwartet, dass die Kurse nach Themenbereich kategorisiert sind. Die Beschreibung jedes Kurses sollte detailliert sein, damit sie genau weiß, was sie erwartet.

Bewertung und Feedback:

Ella würde sich über Feedback-Stimmen von anderen Teilnehmer auf der Webseite freuen, die bereits an den Kursen teilgenommen haben, um zu erfahren, ob sie den Kurs empfehlen würden und welche Erfahrungen sie gemacht haben.

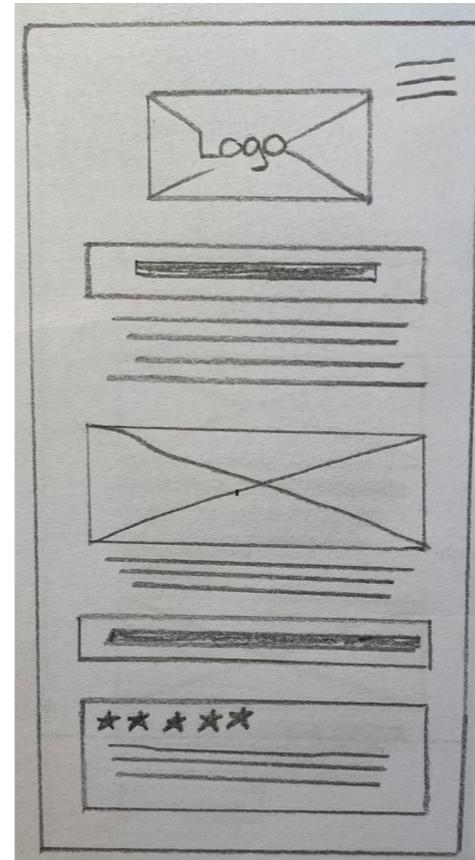
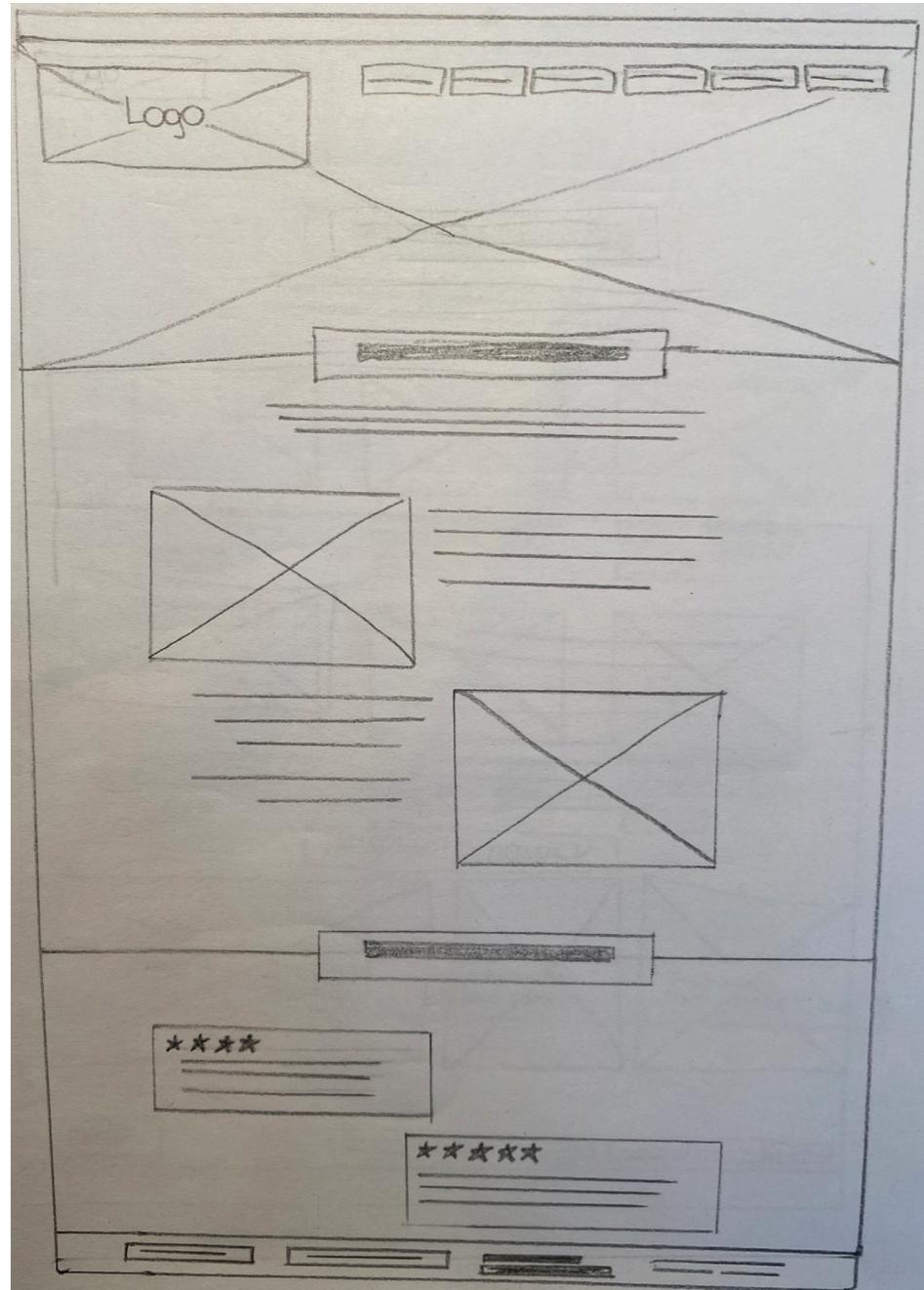
Kontakt:

Ella möchte sich auch darauf verlassen können, dass sie bei Fragen Unterstützung erhält. Sie erwartet, dass auf der Webseite Kontaktdaten bereitgestellt werden, sodass mögliche Probleme schnellstmöglich geklärt werden können.

5

Scribbles

Startseite



Der Aufbau der Startseite setzt sich aus dem Header, einer kleinen Willkommenssection, einer Übersicht über die auf der Website zu findenden Informationen sowie einem Bereich mit Feedback und Bewertungen und dem Footerbereich zusammen.

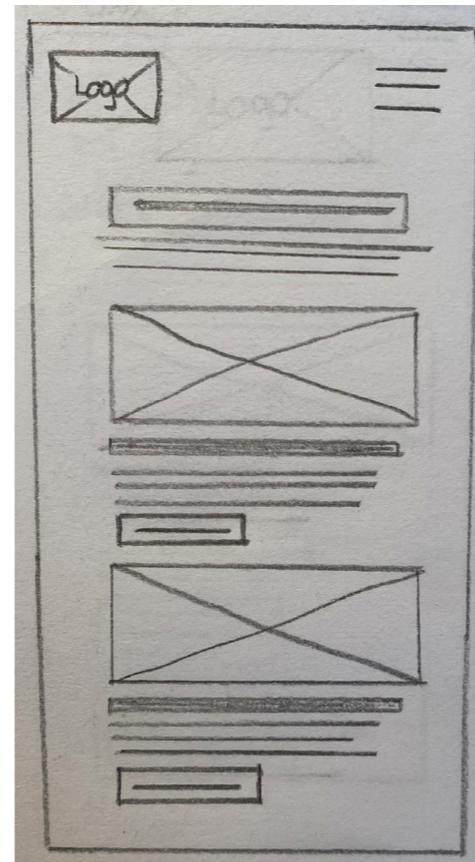
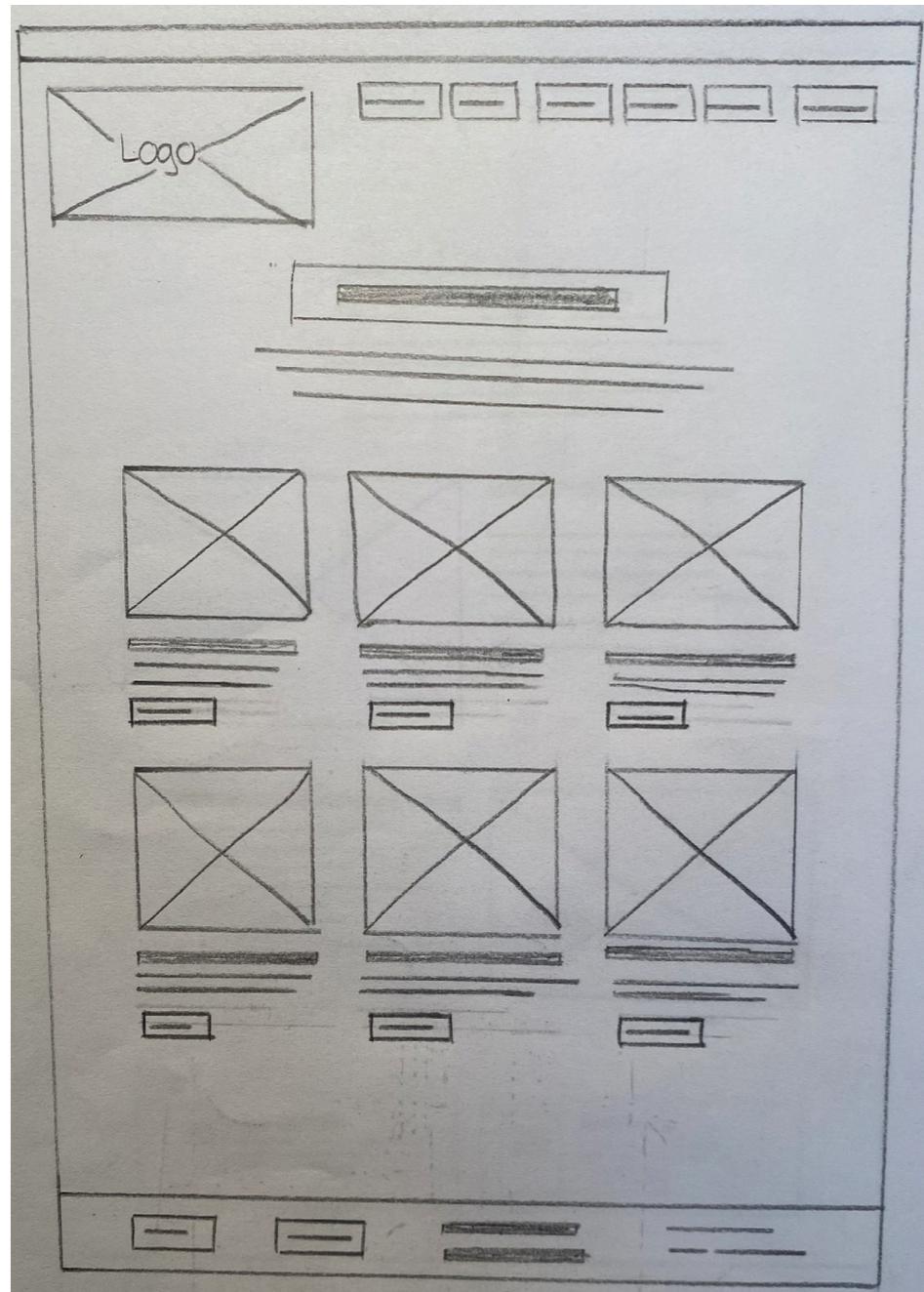
Im Header befindet sich auf jeder Seite das Logo sowie das Navigationsmenü, welches bei der mobilen Version in Form eines Burgermenüs dargestellt wird.

Mittels der Übersichtssection soll den Besucher:innen die Navigation zwischen den einzelnen Seiten erleichtert werden, da die Themengebiete anhand von Bildern/ Icons und kurzen Beschreibungstexten visualisiert werden. Durch den Einsatz von Buttons werden die Nutzer:innen schließlich auf die entsprechenden Seiten geleitet.

5

Scribbles

Kursübersicht



Klicken die Besucher:innen auf „Kurse“ gelangen sie vorerst auf eine Kursübersichtsseite, bei welcher die Kurse anhand von Bildern, den jeweiligen Bezeichnungen sowie kurzen Beschreibungen (wenige Wörter) abgebildet werden.

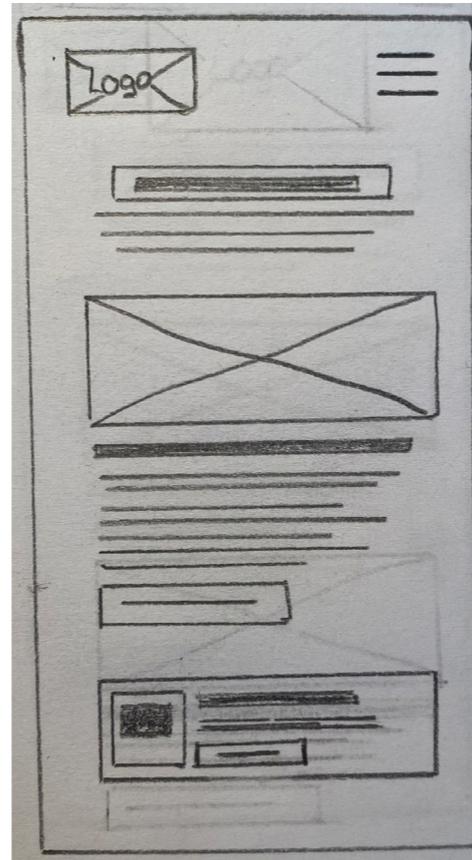
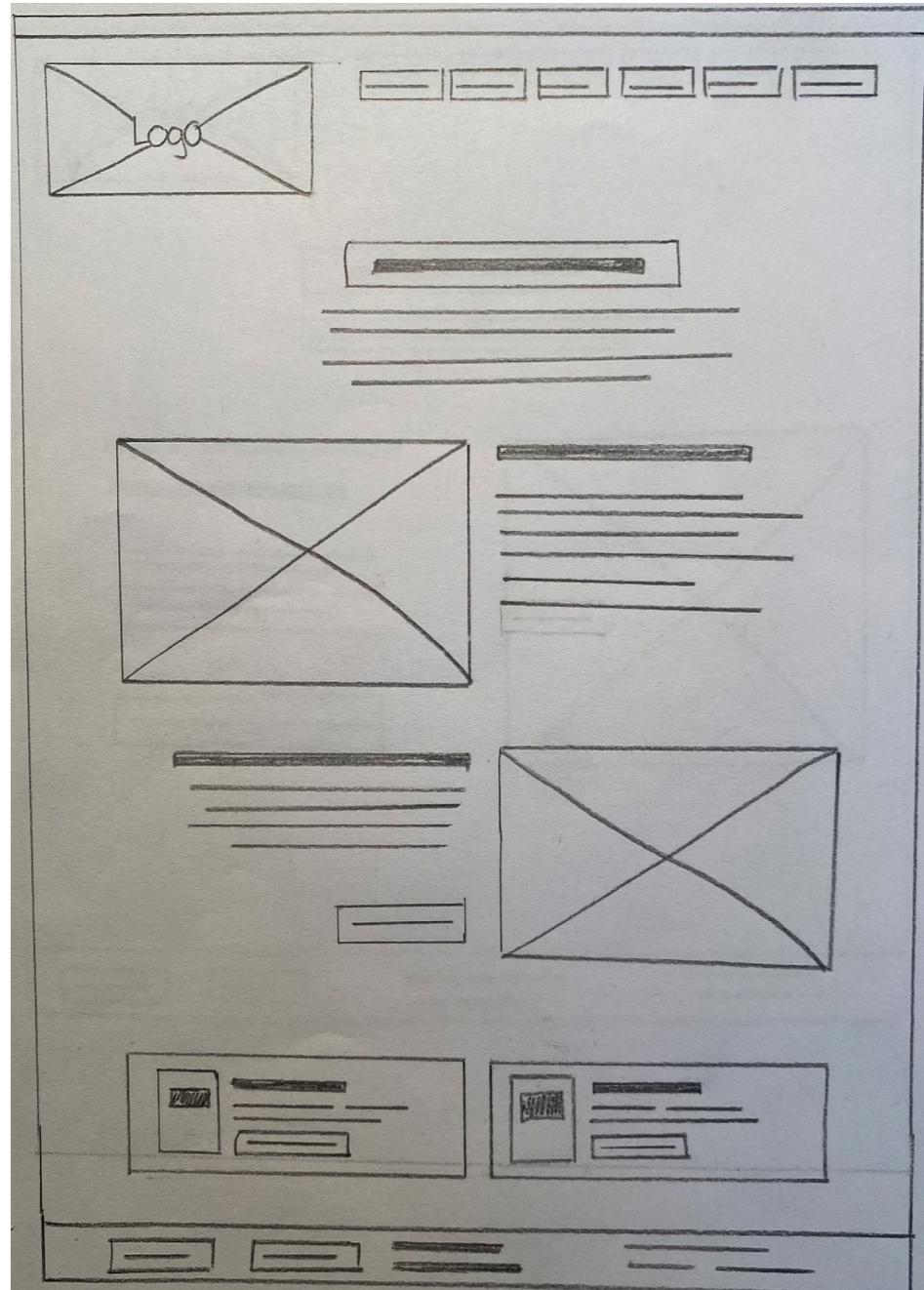
Bei der mobilen Darstellung werden die Inhalte statt nebeneinander, untereinander angezeigt.

Anhand entsprechend platzierter Buttons werden die Nutzer:innen auf die Kursbeschreibungseite geleitet.

5

Scribbles

Kursbeschreibung



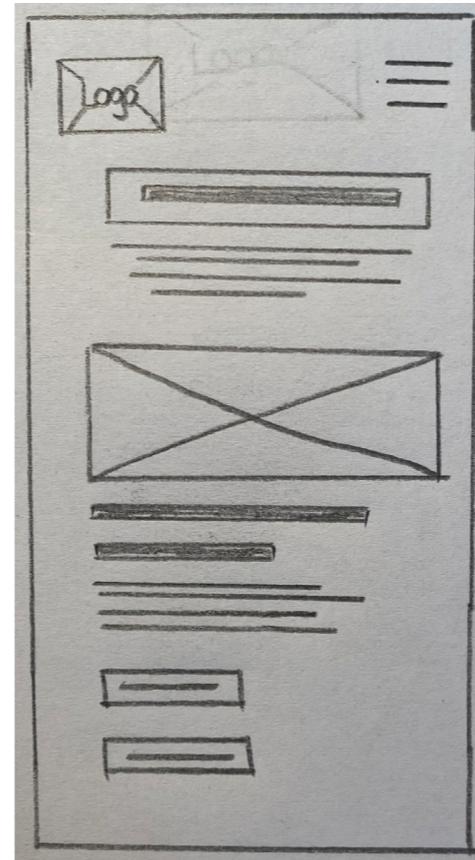
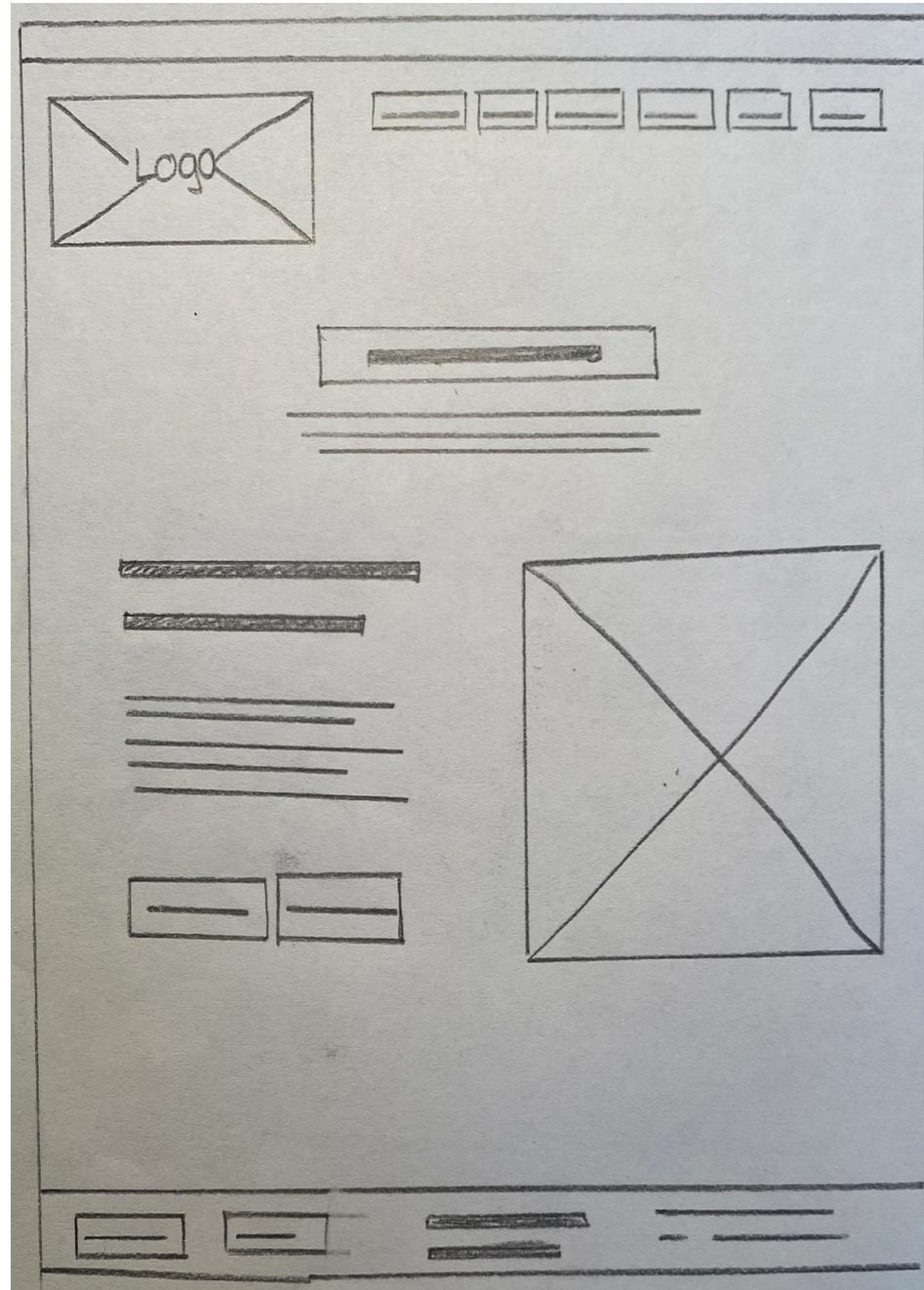
Auf der Kursbeschreibungsseite finden die Interessent:innen alle wichtigen Informationen zu dem gewählten Kurs.

Auf dieser Seite werden auch verfügbare Kurstermine angezeigt, bei welchen die Kund:innen durch den Button „Anmeldung“ auf eine weiterführende Seite geleitet werden.

5

Scribbles

Kontakt



Auf der Kontaktseite sind die Kontaktdaten anhand von Verlinkungen zu finden, da die Kontaktverwaltung für die Webseitenbetreiberin so einfach wie möglich gestaltet werden soll.

Es wurde sich daher bewusst gegen ein Kontaktformular entschieden, welches jedoch im Laufe der Zeit bei Bedarf adaptiert werden kann.



6

Design the User Experience

6 LoFi-Prototypen

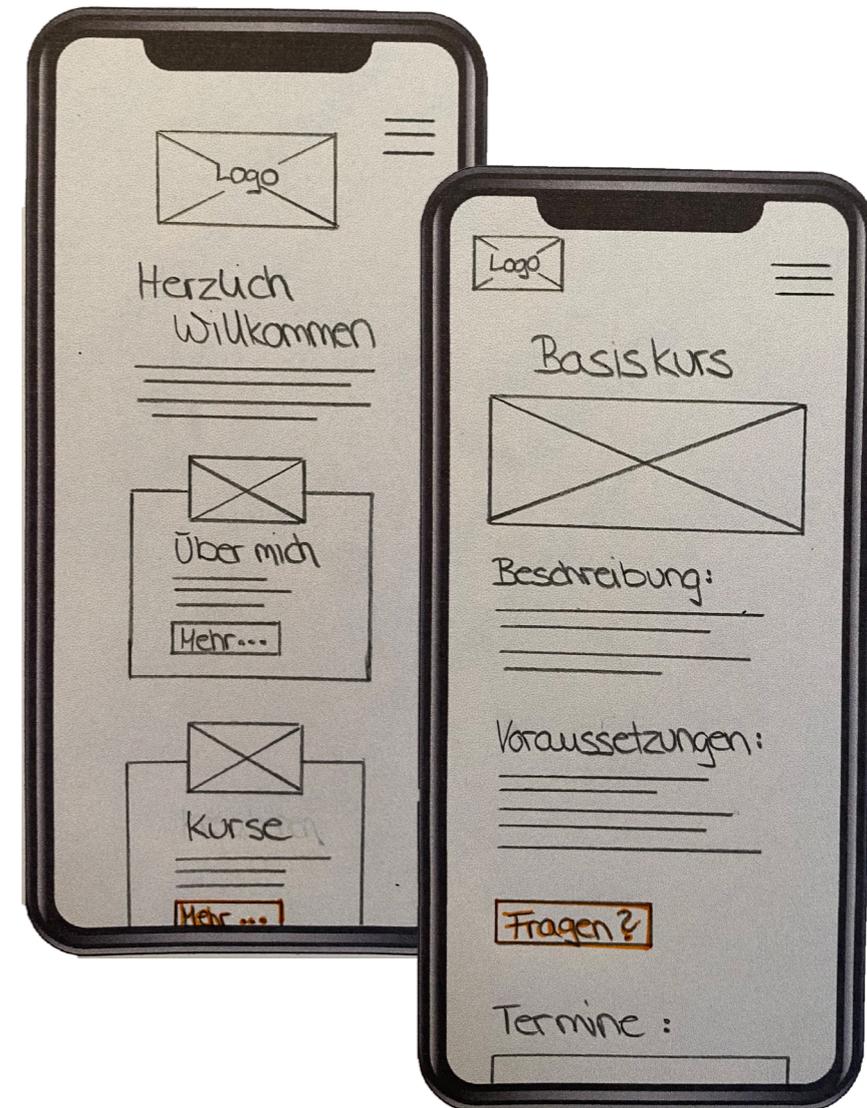
Die Scribbles sowie die darauf aufbauenden LoFi-Prototypen wurden nach dem Prinzip „**Mobile First**“ erstellt.

Wie Daten bei der Secondary Research belegten, ist die Mehrheit der Zielgruppe von Tortenkult vertraut mit digitalen Endgeräten, auch wenn 40 % der Koch- und Backbegeisterten Nachzügler hinsichtlich digitaler Innovationen darstellen.

Die Nutzung von mobilen Geräten nimmt weiter zu, und es ist davon auszugehen, dass dieser Trend in Zukunft anhalten wird. Durch den Ansatz von Mobile First, ist man besser auf zukünftige Entwicklungen vorbereitet und stellt sicher, dass die Website den Bedürfnissen der Zielgruppe gerecht wird.

Inzugesessen wurden LoFi-Prototypen der mobilen Version der Website erstellt.

<https://xd.adobe.com/view/7184caf0-c499-4a5a-8b1b-d632769dc500-24d7/?fullscreen>



7

Design the User Interface

7 Gestaltung interaktiver Komponenten

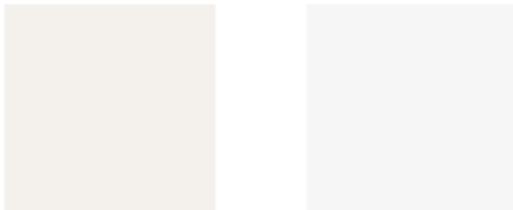
Im nächsten Schritt wurde die Wireframes in ein tatsächliches Design für die HiFi-Prototypen weiterentwickelt.

Anhand der bereits erstellten Designelemente im Stylescape wurde für das finale Design der Website mittels eines Guides mit allen notwendigen interaktiven Komponenten erstellt.

Farben:

COLOR SWATCH

— Base Colors



— Primary Colors



— Secondary Colors



Die interaktiven Komponenten sind unter folgendem Link zu finden:

<https://xd.adobe.com/view/d359e080-ffca-49ca-8169-4efb14d012e7-860a/?fullscreen>

7 Gestaltung interaktiver Komponenten

Typografie:

Neben den Farben wurden die Schriftarten, Schriftschnitte sowie Formatierungsrichtlinien für Überschriften, Fließtexte und Aufzählungen definiert.

Aa

Playball Regular

Aa

Heebo Regular

Aa

Heebo Medium

Aa

Heebo Bold

— Headings

H1-60px

Font Weight- **Bold** Line Spacing- **72px** Character Spacing- **16**

H2-48px

Font Weight- **Bold** Line Spacing- **61px** Character Spacing- **16**

H3-40px

Font Weight- **Bold** Line Spacing- **58px** Character Spacing- **16**

H4-30px

Font Weight- **Bold** Line Spacing- **44px** Character Spacing- **16**

— Paragraph

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit

— Pointers

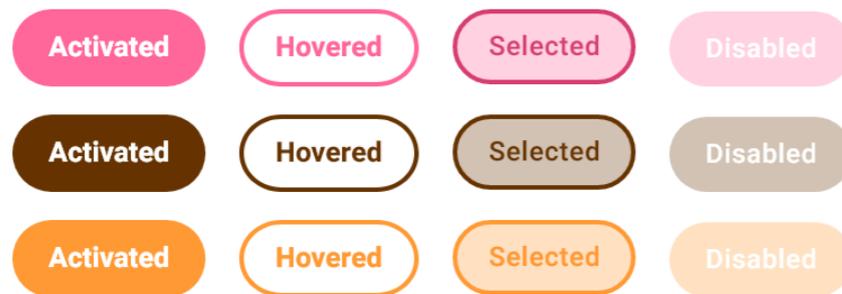
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elite
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elite
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elite
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elite

7 Gestaltung interaktiver Komponenten

Buttons und Icons:

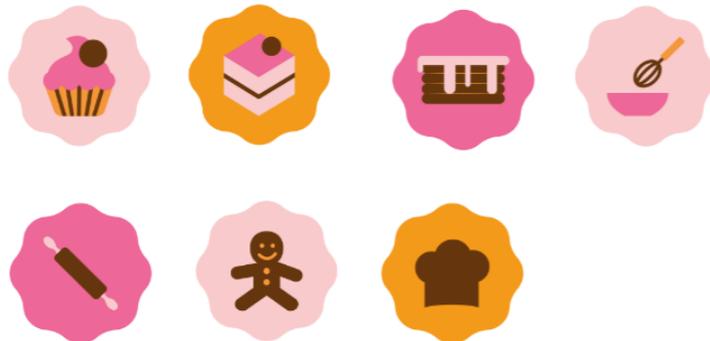
Zudem wurde die Anwendung von Buttons für verschiedene Zustände und verschiedene Farben sowie die Gestaltung und Verwendung von Icons definiert.

3 BUTTONS



5 ICONS

— System



— Social



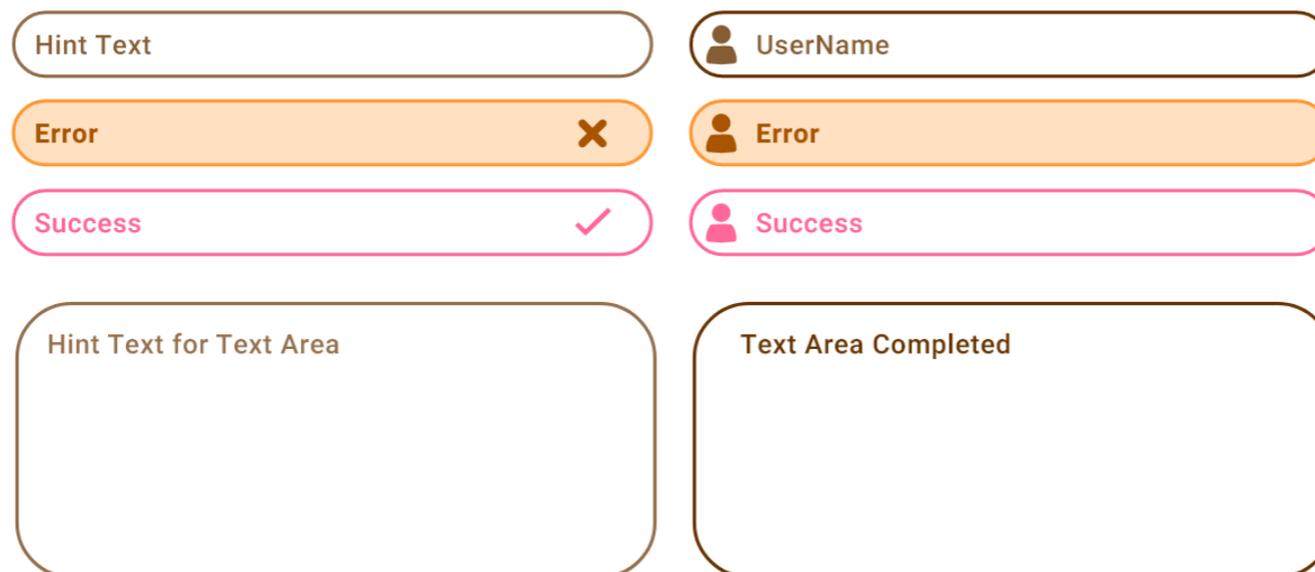
7 Gestaltung interaktiver Komponenten

Pagination und Textfelder:

Für die Navigation zwischen mehrer Seiten wurde eine Paginationsleiste in den Styleguide mit aufgenommen. Zudem wurden Geestaltungsrichtlinien für Textfelder, welche beispielsweise bei einem zukünftigen Kontaktforumular, welches derzeit noch nicht eingeplant wurde, definiert.



7 TEXTFIELDS

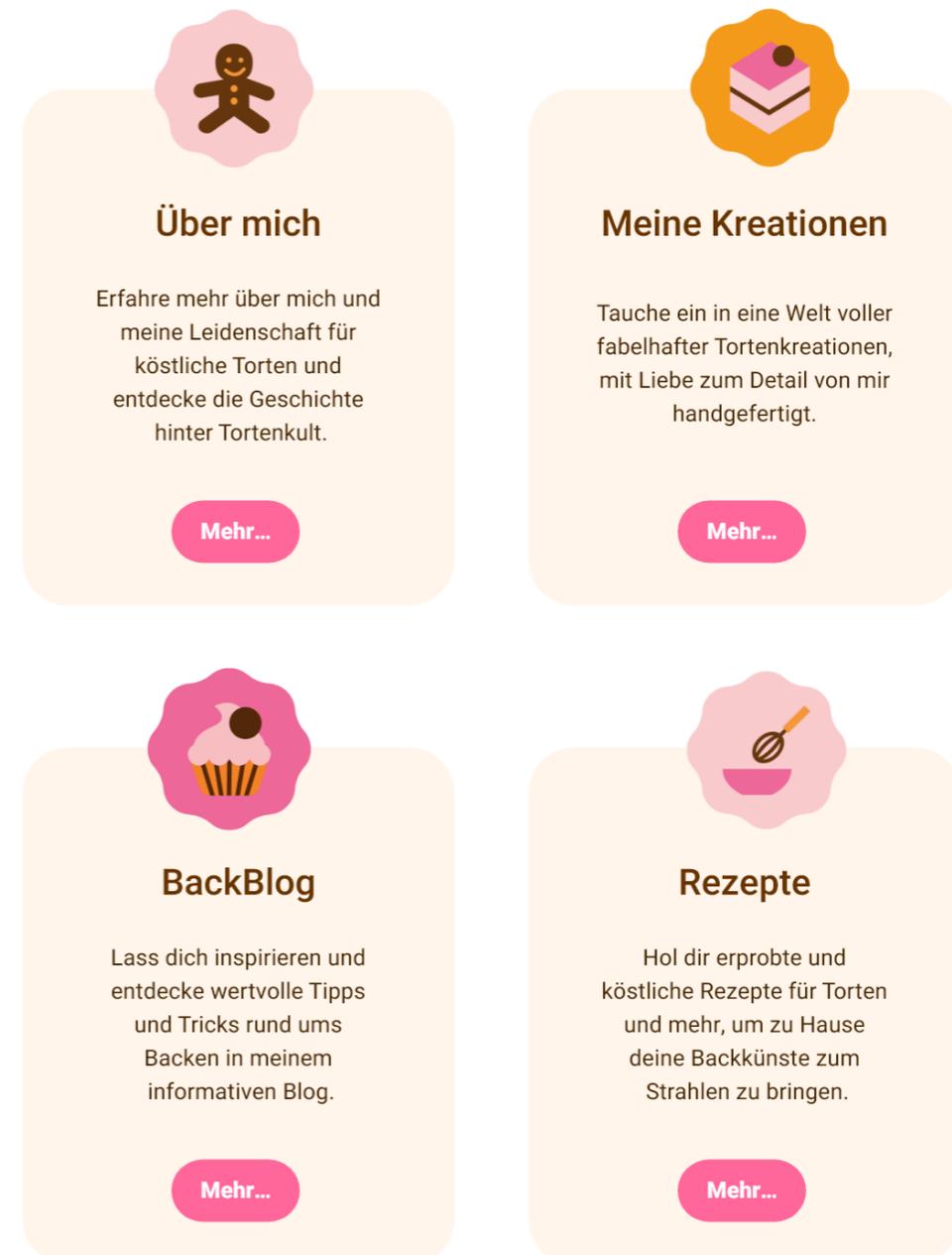


7 Gestaltung interaktiver Komponenten

Seitennavigation:

Aus Navigationszwecke und für eine übersichtlichere Darstellung verschiedener Informationen wurden unterschiedliche Website-Cards gestaltet.

Die hier dargestellten Karten dienen zur Navigation zwischen den einzelnen Unterseiten, welche auch im Hauptmenü der Website zu finden sind. Sie werden auf der Startseite zu platziert, um den Besucher:innen die Navigation zu erleichtern.



7 Gestaltung interaktiver Komponenten

Kursnavigation:

Eine weitere Version von Website-Cards wurde für die Darstellung der unterschiedlichen Kurse erstellt.

Sie setzen sich aus einem Bild, welches zu dem jeweiligen Kurs passt, dem Kurstitel sowie einer kurzen Kursbeschreibung als Teaser zusammen.

Sollten Websitenutzer:innen Interesse an einem der Kurse haben, gelangen sie über den „Mehr...“-Button auf die entsprechende Kursbeschreibungseite.



Modellieren Basiskurs

Erlerne bei mir die Kunst des Backens und Dekorierens und erschaffe deine eigenen Meisterwerke

Mehr...



Blüten Basiskurs

Du hast schon Erfahrung mit Fondant und möchtest nun in die Welt der Zuckerblumen reinschnuppern?

Mehr...



Drip Cake Kurs

Erlerne wie du perfekte Kanten ohne Buttercreme hinbekommst und Torten mit süßen "Drips" dekorierst.

Mehr...



Baumstammtorte Kurs

Hier erlernst du die Modellierung einer Baumstammtorte sowie wichtige Grundlagen der Modellierungen.

Mehr...

7 Gestaltung interaktiver Komponenten

Kurstermine:

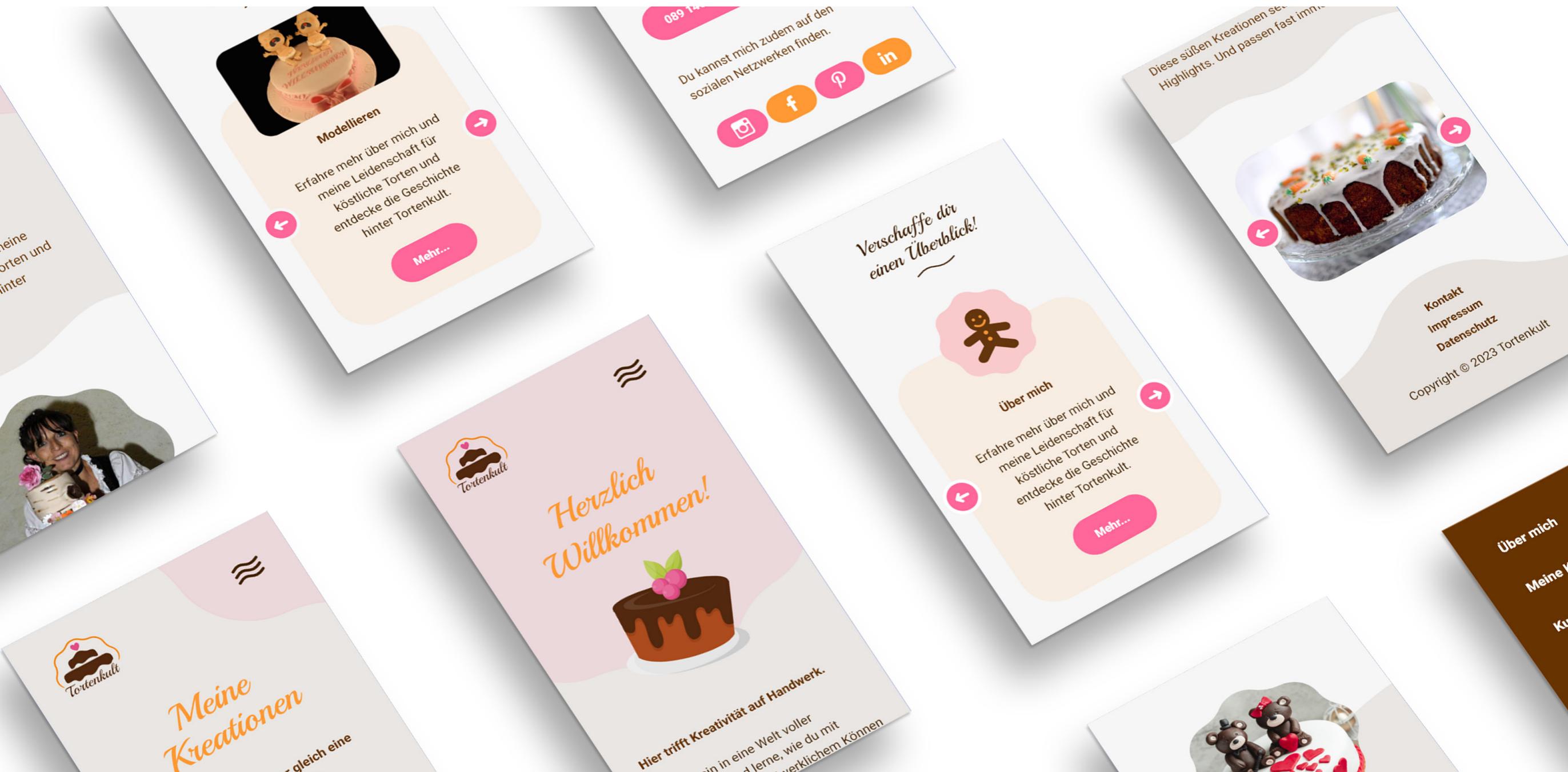
Der Styleguide wurde mit den Gestaltungsrichtlinien für Cards speziell für Kurstermine abgerundet.

Die Karten für die Kurstermine zeichnen sich durch Informationen bezüglich des Datums, des Veranstaltungsortes sowie der noch verfügbaren Plätze aus.



7

HiFi-Prototyp: Mobile Version



Zum Öffnen des Links auf die Abbildung klicken oder diesem Link folgen:

<https://xd.adobe.com/view/27445777-057d-4358-ba93-8592c021f129-7217/?fullscreen>

HiFi-Prototyp: Desktop Version



Zum Öffnen des Links auf die Abbildung klicken oder diesem Link folgen:

<https://xd.adobe.com/view/17eb526a-cabb-44a4-81ea-8b604665f551-42b8/?fullscreen>



8

**User
Testing**

8

Setting & Testablauf

Setting & Testablauf

Das Usability Testing für das Redesign der Website von Tortenkult wurde mit zwei Testpersonen anhand der erstellten HiFi-Prototypen durchgeführt.

Um sicherzustellen, dass sowohl die Mobile Version als auch die Desktop Version getestet wird, wurde der ersten Testperson der mobileoptimierte Prototyp zur Testung vorgelegt, wohingegen die zweite Testperson Aufgaben auf der Desktop Variante erledigen sollte.

Der Test gliederte sich dabei wie folgt:

1. Briefing der Proband:innen
2. Einleitende Fragen
3. Testaufgaben (3)
4. Anwendung der Think-Aloud-Methode
5. Feedback zur Aufgabe seitens der Proband:innen
6. SUS Fragebogen

Testaufgaben

Aufgabe 1

Stellen Sie sich vor, Sie möchten sich über einen Tortenkurs (Basiskurs Modellieren) bei Tortenkult informieren. Verschaffen Sie sich dafür einen Überblick über die angebotenen Kurse auf der Kursübersichtsseite und lesen Sie sich anschließend die Kursbeschreibung des Basiskurses Modellieren durch.

Aufgabe 2

Stellen Sie sich vor, Sie möchten Erfahrungen von ehemaligen Kursteilnehmer:innen lesen, um feststellen zu können, ob die Kurse den Erwartungen entsprochen haben. Lesen Sie sich dafür die Rezensionen auf der Website durch.

Aufgabe 3

Stellen Sie sich vor, Sie haben eine Frage zu einem Kurs und möchten die Kursleiterin per E-Mail erreichen. Suchen Sie auf der Website die Kontaktdaten heraus, bis Sie zu dem E-Mail Button gelangen.

Testperson 1: Mobile Version

Name: Manuela Franz

Alter: 56 Jahre

Geschlecht: weiblich

Beruf: Bürokauffrau

Was erwarten Sie von der Website von Tortenkult?

„Ich erwarte eine Übersicht über alle angebotenen Kurse sowie viele Bilder von bereits kreierten Torten, um zu sehen, welche Fähigkeiten die Kursleiterin hat und was man in den Kursen erlernen kann.“

Welche Informationen oder Funktionen erhoffen Sie sich zu finden?

„Ich möchte Einsicht auf geplante Kurstermine sowie die jeweiligen verfügbaren bzw. noch freien Kursplätze haben, um abwägen zu können, wie schnell man einen Termin buchen muss, bevor es keine Plätze mehr gibt. Zudem wären Kontaktdaten für mögliche Rückfragen von Vorteil (eventuell in Form eines Kontaktformulars.“

Wie fanden Sie Aufgabe 1?

Auf einer Skala von 1 (sehr schwer) bis 5 (sehr einfach) stufte diese Testperson die Aufgabe auf der **Stufe 4** ein.

Wie fanden Sie Aufgabe 2?

Auf einer Skala von 1 (sehr schwer) bis 5 (sehr einfach) stufte diese Testperson die Aufgabe auf der **Stufe 5** ein.

Wie fanden Sie Aufgabe 3?

Auf einer Skala von 1 (sehr schwer) bis 5 (sehr einfach) stufte diese Testperson die Aufgabe auf der **Stufe 5** ein.

Gibt es noch etwas, was Ihnen aufgefallen ist?

„Bereits bei der zweiten Frage gesagt, wäre eine Anzeige über die noch verfügbaren Kursplätze super. Am besten würde mir die Angabe bei den jeweiligen Terminen gefallen.“

8

Umsetzung des Feedbacks

Feedback

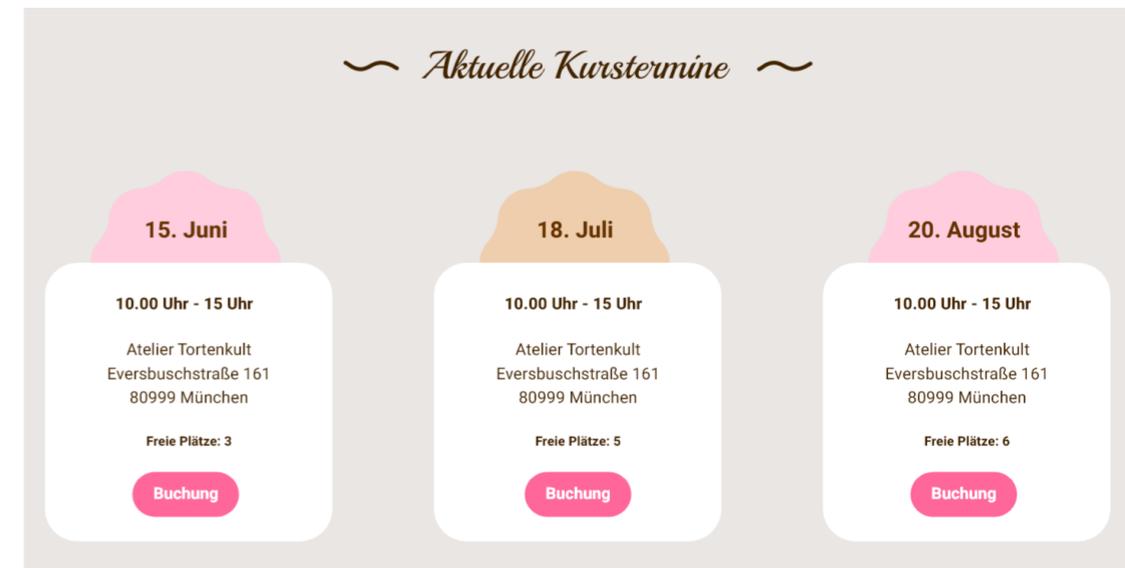
„Wie bereits bei der zweiten Frage gesagt, wäre eine Anzeige über die noch verfügbaren Kursplätze super. Am besten würde mir die Angabe bei den jeweiligen Terminen gefallen.“

Realisierung des Feedbacks

Bei den Kursterminen wurde eine Angabe über die noch verfügbaren Plätze hinzugefügt, damit Interessierte abwägen können, wie schnell sie sich für einen Kurs anmelden sollten.



Alte Version (ohne Angabe der verfügbaren Plätze)



Neue Version (mit Angabe der verfügbaren Plätze)

Testperson 2: Desktop Version

Name: Michelle Palatin

Alter: 24 Jahre

Geschlecht: weiblich

Beruf: Studentin

Was erwarten Sie von der Website von Tortenkult?

„Ich erwarte eine gute Auswahl an Rezepten und eine Übersicht über die angebotenen Kurse. Zudem würde ich mich über ein süßes und verspieltes Design der Website freuen, da ich diesen Stil mit dem Thema verbinde und ich dadurch die Website gerne besuche.“

Welche Informationen oder Funktionen erhoffen Sie sich zu finden?

„Ich erhoffe mir eine Kursübersicht mit einer detaillierten Beschreibung des ausgewählten Kurses. Zudem möchte ich Informationen über die Kursleiterin sowie Kontaktmöglichkeiten erhalten.“

Wie fanden Sie Aufgabe 1?

Auf einer Skala von 1 (sehr schwer) bis 5 (sehr einfach) stufte diese Testperson die Aufgabe auf der **Stufe 5** ein.

Wie fanden Sie Aufgabe 2?

Auf einer Skala von 1 (sehr schwer) bis 5 (sehr einfach) stufte diese Testperson die Aufgabe auf der **Stufe 4** ein.

Wie fanden Sie Aufgabe 3?

Auf einer Skala von 1 (sehr schwer) bis 5 (sehr einfach) stufte diese Testperson die Aufgabe auf der **Stufe 5** ein.

Gibt es noch etwas, was Ihnen aufgefallen ist?

„Bei den Rezensionen auf der Startseite, wäre es super, wenn zu Beginn nicht so viel Text auf einmal angezeigt wird, da er einen ein bisschen „erschlägt“. Vielleicht wäre hier ein „weiterlesen“-Button gut“

8

Umsetzung des Feedbacks

Feedback

„Bei den Rezensionen auf der Startseite, wäre es super, wenn zu Beginn nicht so viel Text auf einmal angezeigt wird, da er einen ein bisschen „erschlägt“. Vielleicht wäre hier ein „weiterlesen“-Button gut“

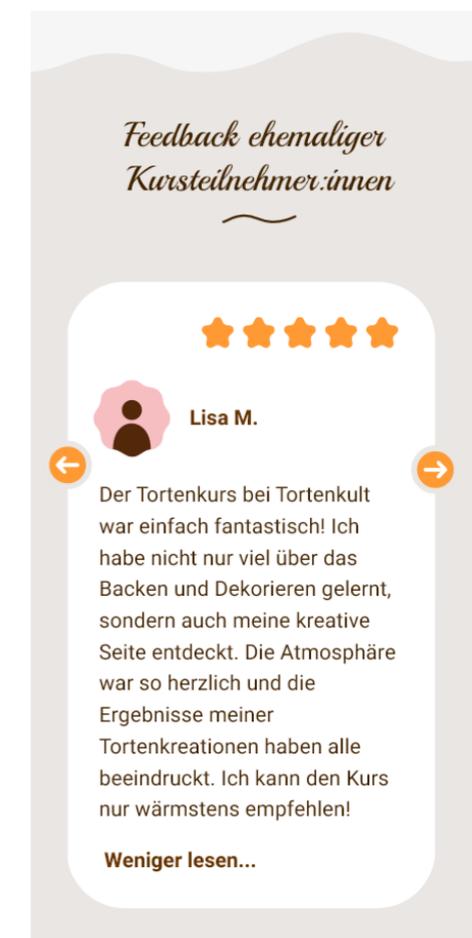
Realisierung des Feedbacks

Um Websitebesucher:innen visuell nicht zu überfordern, sind nun die einzelnen Rezensionen ausklappbar. Bei Interesse müssen die User:innen zum ausklappen lediglich auf „Weiterlesen...“ klicken und zur Minimierung des Textfeldes auf „Weniger lesen...“. Die Größe der Webssite soll sich dabei an die Größe des Rezensionenfenster anpassen.

Diese Funktion ist primär bei der Mobile-Version zu finden, da bei der Desktop-Variante der Website genug Gestaltungsraum und somit genug Platz für die vollständigen Rezensionen ist.



Neue Version
(zusammengeklappt)



Neue Version
(ausgeklappt)

8

Feedback

SUS-Fragebogen

Mobile Version:

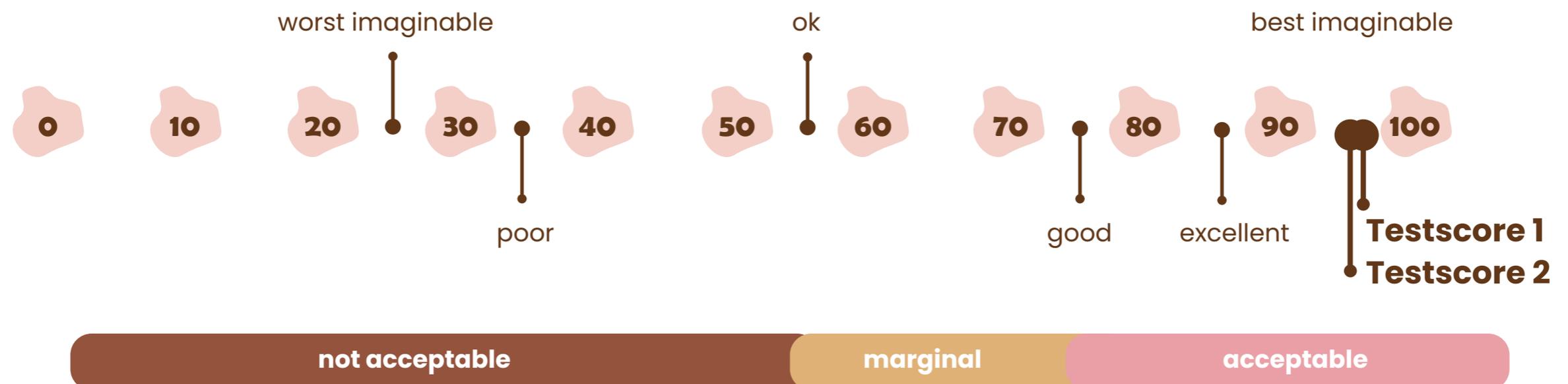
Die Mobile Variante des High Fidelity Prototypen des Redesigns der Website von Tortenkult erzielte bei dem Abschluss des Tests, welcher anhand des SUS-Fragebogens durchgeführt wurde einen exzellenten Wert.

Es wurden **97,5 von 100 möglichen Punkten** erreicht, was als akzeptables Ergebnis und eine sehr zufriedenstellende Usability steht.

Desktop Version:

Auch die Desktop Variante des High Fidelity Prototypen des Redesigns der Website von Tortenkult erzielte bei dem Abschluss des Tests, welcher anhand des SUS-Fragebogens durchgeführt wurde einen exzellenten Wert.

Hier wurden **95 von 100 möglichen Punkten** erreicht, was ebenfalls als akzeptables Ergebnis und eine sehr zufriedenstellende Usability steht.



8

Feedback: SUS-Fragebögen

Testperson 1: Mobile Version

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

Testperson 2: Desktop Version

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

8 Testskript

Einführung:

To do: Informationen vortragen

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

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

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

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

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

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

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

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

Einführungsfragen:

To do: Fragen stellen

1. Was erwarten Sie von der Website von Tortenkult?
2. Welche Informationen oder Funktionen erhoffen Sie sich zu finden?

8

Testskript

Testaufgaben:

To do: Startseite öffnen

Aufgabe 1

Stellen Sie sich vor, Sie möchten sich über einen Tortenkurs (Basiskurs Modellieren) bei Tortenkult informieren. Verschaffen Sie sich dafür einen Überblick über die angebotenen Kurse auf der Kursübersichtsseite und lesen Sie sich anschließend die Kursbeschreibung des Basiskurses Modellieren durch.

Aufgabe endet, wenn TN sich auf der Seite der Kursbeschreibung des Basiskurses Modellieren befindet oder sagt, er würde jetzt aufhören.

Frage zu Aufgabe 1

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

sehr schwierig **1** **2** **3** **4** **5** sehr einfach

To do: Zurück zur Startseite

Aufgabe 2

Stellen Sie sich vor, Sie möchten Erfahrungen von ehemaligen Kursteilnehmer:innen lesen, um feststellen zu können, ob die Kurse den Erwartungen entsprochen haben. Lesen Sie sich dafür die Rezensionen auf der Website durch.

Aufgabe endet, wenn TN sich auf der Startseite zu den Rezensionen navigiert hat oder sagt, er würde jetzt aufhören.

Frage zu Aufgabe 2

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

sehr schwierig **1** **2** **3** **4** **5** sehr einfach

To do: Zurück zur Startseite

8

Testskript

Testaufgaben:

To do: Startseite öffnen

Aufgabe 3

Stellen Sie sich vor, Sie haben eine Frage zu einem Kurs und möchten die Kursleiterin per E-Mail erreichen. Suchen Sie auf der Website die Kontaktdaten heraus, bis Sie zu dem E-Mail Button gelangen.

Aufgabe endet, wenn TN sich auf der Kontaktseite befindet oder sagt, er würde jetzt aufhören.

Frage zu Aufgabe 3

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

sehr schwierig **1** **2** **3** **4** **5** sehr einfach

To do: Zurück zur Startseite

Abschluss:

- Gibt es noch etwas, was Ihnen aufgefallen ist und was Sie mir sagen wollen?
- Danksagung
- Verabschiedung

To do: Vorbereitung der nächsten Session

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

Impressum

Marlena Franz

marlena-franz@gmx.de

Studiengang Digital Design
Masterklasse Grafik Design

Fachhochschule St. Pölten
Campus-Platz 1
3100 St. Pölten.
Österreich