

Schule für Gestaltung Basel
Serife Günyar
HF Interaction Design 19

Diplomprojekt: Corporate Design, Augmented Reality
Version: 01_D
Datum: 04. Dezember 2021
Thema: AR Blumenstrauss-Konfigurator

HÜBELI-ATELIER

«Get AR-flowers»

Auftraggeber
Hübeli-Atelier, Karin Bölsterli
Alte Feststrasse 1
4917 Melchnau
+41 62 544 67 23
huebeli-atelier@hotmail.com
huebeli-atelier.jimdofree.com



Inhaltsverzeichnis

01 Einleitung	3	05 Desktop Anwendung	30
Diplomarbeit	3	Wireframe Skizzen	30
Auftraggeberin	3	Umfrage 2	32
Zielsetzung		Design Iteration	33
02 Ist-Zustand	4	06 AR Blumenstrauss Konfigurator	36
Hübeli-Atelier	4	Wireframes Skizzen	36
03 Research	5	Papier Prototyp	38
Onlineumfrage	5	Papier Prototyp Testing	39
Fragen	5	Konkretisierte Wireframes	40
Auswertung	6	Moodboard	42
Augmented Reality	8	UI Design Konzept	43
Konkurrenzanalyse	10	Design System	44
Netzdiagramm	13	Desktop Design (Adaption)	46
NABC-Methode	14	Interaktionen	48
Problemdefinition	16	Web-App Prototyp	50
Lösungsansatz	17	07 Fazit	53
04 Konzept	18	08 Anhang	54
Brainstorming	18	Abbildungsverzeichnis	54
Sitemap	20	Quellenverzeichnis	56
Zielgruppe	22	09 Danksagung	57
Personas	23	10 Eidesstattliche Erklärung	57
User Journey	26		
User Flow	27		
Blue Print	28		

01. EINLEITUNG

Diplomarbeit

Eine Blume kann viel über die Emotionen eines Menschen sagen. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um einen Mann oder eine Frau handelt. Das Erhalten oder Verschenken von Blumen ist fest in den Köpfen der Menschen verankert. Damit zeigt man Gefühle. Diese besondere Geste kann zu einem speziellen Anlass erfolgen oder eine negative Stimmung ins Positive wenden. Auch die Wahl der Blume oder des Blumenstrausses ist wichtig. Nicht jede Blume passt zu jedem Anlass. Weil jede Blume eine andere Bedeutung hat, ist eine kompetente und fachgerechte Beratung hier von Vorteil.

Diese Diplomarbeit befasst sich mit einem Blumen-Atelier sowie dessen Webauftritt und beschäftigt sie sich mit der Thematik des Kundenerlebnisses mit einer Web-App.

Auftraggeberin

Mit dem Hübeli-Atelier – in Melchnau (BE) – ging für Karin Bölsterli 2016 ein Traum in Erfüllung. Sie ist eidg. diplomierte Zierpflanzengärtnerin mit Fachrichtung Garten- und Friedhofsunterhalt und diplomierte Floristin. Das Hübeli-Atelier bietet eine grosse Vielfalt an – von Blumensträussen bis hin zu Trauerschmuck. Im Dorfkern gibt es ein kleines, feines Selbstbedienungswagen mit einer grossen Auswahl an floristischen Kreationen. Mit Fantasie und Kreativität verleiht sie ihren Werken eine persönliche Note. Kundenwünsche sind stets willkommen und können auf Bestellung geliefert werden. Die Accessoires und Blumenarrangements sind passend zu den Jahreszeiten harmonisch abgestimmt.

Zielsetzung

Aus dem Exposé
«New Look and Feel»
Corporate Identity und Corporate Design sind sehr wichtig, um die Wiedererkennung eines Betriebes zu gewährleisten. Unter diesen Aspekten soll ein neuer Web-Auftritt angegangen werden, um ein einheitliches Gesamtbild zu erschaffen:

- dem Kunden das bestmögliche Erlebnis bieten
- die Website zeitgerecht und modern gestalten

«Fokus auf die Digitalisierung»
Da heutzutage die Digitalisierung auf dem Vormarsch ist. Aus diesem Grund entstand die Idee, einen AR-Blumenkonfigurator anzubieten. Somit können die Kunden bequem von Zuhause aus bei der Gestaltung des eigenen Blumenstrausses mitwirken und ihrer eigenen Kreativität freien Lauf lassen.

- Einen optimierten und effizienten Arbeitsablauf für den Auftraggeber und den Kunden erstellen
- Den Bestellprozess vereinfachen
- Zeitgemässer und zukunftsorientierter Auftritt mit Augmented Reality

Hübeli-Atelier

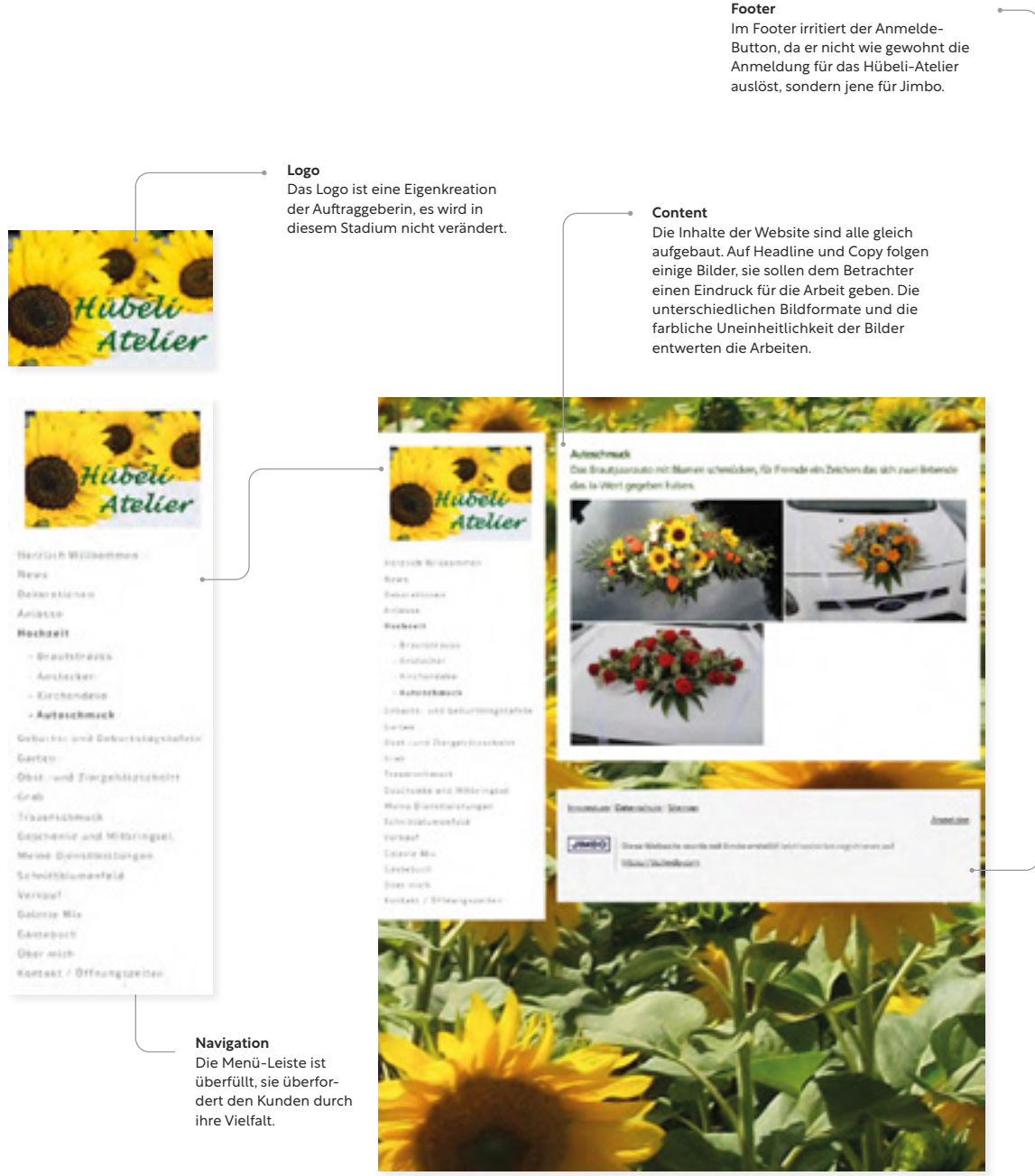
Das Atelier

Das Hübeli-Atelier bietet viel Platz für kreative Arbeiten. Auch wenn es manchmal eng wird, entstehen hier atemberaubende Blumensträuße.

Bekanntheitsgrad und Reichweite des Hübeli-Ateliers sind auf die heimische Region Melchnau (Kanton BE) und Umgebung begrenzt. Neukunden werden durch Facebook, Familie, Freunde und Empfehlungen akquiriert. Zusätzlich zum Atelier gibt es einen Selbstbedienungswagen, der auf dem Kirchplatz von Melchnau steht. Dieser dient der weiteren Akquise von Kunden.

Die Website

Im Gegensatz zum Atelier, wo kreative Arbeiten entstehen, sieht die Website veraltet und vernachlässigt aus. Dies hat einen einfachen Grund. Die Grundlage für die bestehende Website bietet Jimdo. Der massive Hintergrund mit den Sonnenblumen verdrängt die darauf platzierten Bilder der Blumenkreationen. Sie verlieren an Dynamik und professionellem Look.



Logo
Das Logo ist eine Eigenkreation der Auftraggeberin, es wird in diesem Stadium nicht verändert.

Content
Die Inhalte der Website sind alle gleich aufgebaut. Auf Headline und Copy folgen einige Bilder, sie sollen dem Betrachter einen Eindruck für die Arbeit geben. Die unterschiedlichen Bildformate und die farbliche Uneinheitlichkeit der Bilder entwerfen die Arbeiten.

Footer
Im Footer irritiert der Anmelde-Button, da er nicht wie gewohnt die Anmeldung für das Hübeli-Atelier auslöst, sondern jene für Jimbo.

Onlineumfrage 1 Fragen

Um herauszufinden, was wirklich benötigt wird und wo die Bedürfnisse der Kunden liegen, musste zuerst eine Analyse gemacht werden. In diesem Projekt wurde die Methodik der Umfrage gewählt, um möglichst reale Ergebnisse/Antworten der Kunden zu bekommen.

Es stellt sich die Frage «Was wollen die Kunden wirklich?». Hierbei muss es zunächst um die Pflanzenwelt gehen. Welche Blumen mögen die Kunden, wer geht in einen Laden, wer ist Online unterwegs und was ist zu beachten? Die Resultate aus den Fragebögen sollen in erster Linie eine Hilfestellung für ein Brainstorming sein. Hierbei wird das Kaufverhalten der Kunden analysiert. Bei der Auswertung soll gezeigt werden, wie viele Menschen wirklich Blumen kaufen und für welchen Anlass sie diese erwerben. Dies dient auch als Stütze, um in das Thema einzutauchen und um sich in die Kunden hinein versetzen zu können. Die eigene Meinung wird für einen Moment aussen vorgelesen.

Unter den gegebenen Umständen der Corona-Pandemie (Covid-19) habe ich mich für eine Online-Umfrage entschieden, um genauso viele Menschen zu erreichen, wie dies auf offener Strasse der Fall wäre.

1. Geschlecht
2. Alter
3. Was würden Sie (in einem Blumenladen) kaufen?
4. Haben Sie schon einmal einen Blumenstrauß gekauft?
5. Wie oft kommt es vor, dass Sie Blumen/Zierpflanzen kaufen?
6. Zu welchen Anlässen schenken Sie Blumen?
7. Benötigen Sie Hilfe bei der Auswahl? (Lassen Sie sich beraten?)
8. Wie sieht Ihre Verpackung aus?
9. Wie hoch ist ihr Budget beim Kauf?
10. Was ist Ihnen beim Kauf von Blumen und/oder Pflanzen wichtig?
11. Wie und wo kaufen sie Ihre Blumen? (Alle zutreffenden Antworten auswählen)
12. Haben sie schon einmal einen Blumenstrauß online bestellt/gekauft?
13. Wie sehen Sie die Zukunft für einen Blumenladen?

Indem das Kundenverhalten beim Kauf von Blumen und Pflanzen analysiert wird, können zielgerichtete Massnahmen und Anwendungen im Online-Shop generiert werden. Diese Umfrage ist der erste Baustein eines kundenfreundlichen Interface für eine Website.

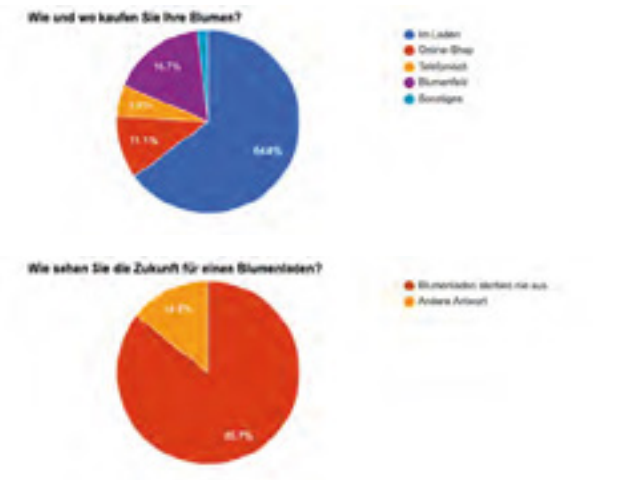
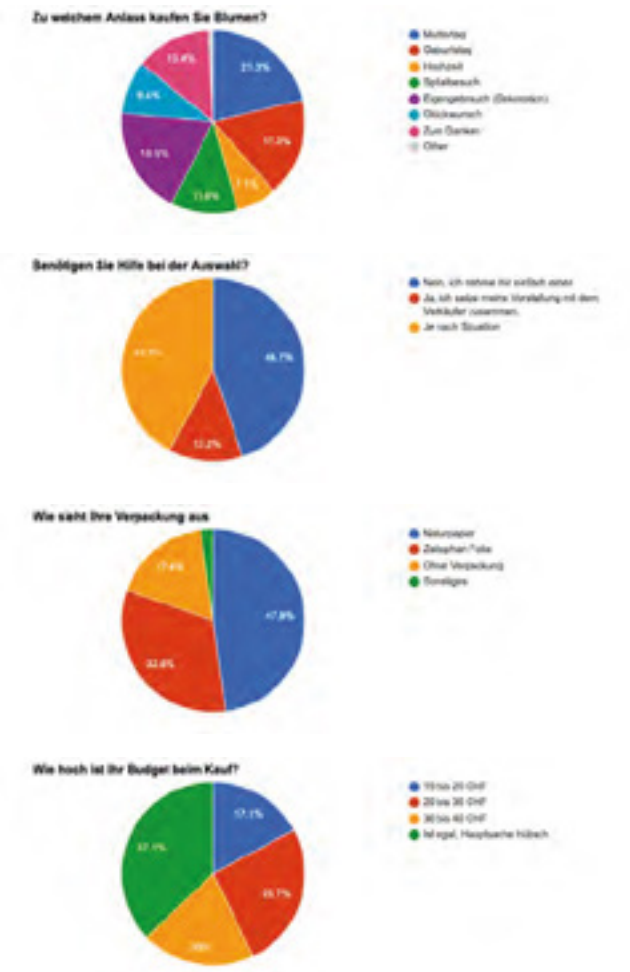
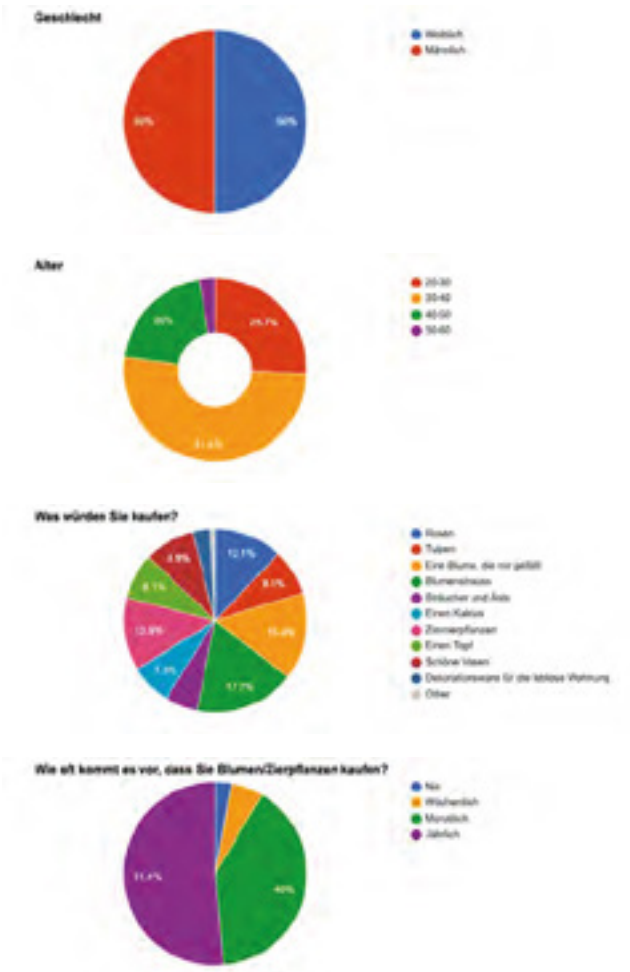
Online-Umfrage via Findmind.ch
<https://findmind.ch/c/cMKm-pFZK>

Auswertung

Die Auswertung der Antworten war definitiv nicht wie erwartet. Viele Leute im Alter zwischen 30–40 Jahren nahmen an der Umfrage teil, dennoch wäre es interessant gewesen, auch die über 60-Jährigen dabei zu haben. Das Erstaunliche an dieser Auswertung betrifft die letzte Frage: «Wie sehen Sie die Zukunft für einen Blumenladen?» Darauf haben alle, ausgenommen von drei Personen, mit «Blumenläden werden nie aussterben» geantwortet. Was wiederum auch sehr spannend ist, obwohl wir im digitalen Zeitalter leben.

Um die Motivation hochzuhalten und nicht gleich von Anfang an aufzugeben, half die folgende Aussage: «Eine Kutsche ist zeitlos».

Eine wichtige Erkenntnis ist, dass 42,1% der Teilnehmenden Hilfe nach Bedarf benötigen. Das heisst, wenn Informationen zum Produkt fehlen, werden diese durch die Inanspruchnahme von Beratung erworben, um eine Auswahl treffen zu können. Somit wird dieser Faktor in die weitere Entwicklung eingebunden, um das Bedürfnis nach Informationen vollständig zu decken.



9. Was ist Ihnen wichtig beim Kauf von Blumen und/oder Pflanzen?

Teilnehmer	Antwort
5002403	Dass es Fairtrade zertifiziert ist.
5002406	Dass es lange hält.
5002439	Blumenstrauß keine Blumen von überm (ly ar) immergrünen gute Qualität, auch wenn teuer ist da sie sonst oft inerten haben oder schnell eingehen.
5002432	Geruch, Preis, Frische.
5002434	Indisch muss es sein.
5002475	Es muss eine gute Qualität haben im allgemeinen.
5002099	Die Frische die haben der Geruch.
5002095	Schöne Kreativität.
5002095	Reinheit der Pflanzen.
5002095	So gut es geht lokale und saisonale Blumen.

Teilnehmer: 35

11. Haben Sie schon einmal einen Blumenstrauß online bestellt/gekauft?

Teilnehmer	1 - Falls ja: Wie war Ihre Erfahrung mit dem Online Kauf?	2 - Falls nein: Was hält Sie davon ab?
5002101	-	Ich kann mir nicht vorstellen, dass die Blumen online sehr gut geliefert ankommen. Ich schätze das persönliche Beratungsgespräch vor Ort und möchte bei der Gestaltung unterstützen.
5002104	Sehr gut, kompetent & schnell.	-
5002105	-	Ich kann mir die Blumen online nicht vorstellen, muss sie in Sicht sehen um entscheiden zu können ob sie mir gefallen oder nicht.
5002109	OK, nur die eingeschränkte Möglichkeit, selbst aber kein Fan.	-
5002147	-	Hab die einfach bisher noch nie gemacht.
5002154	Alles war frustrierend.	-
5002199	Schlecht, die kamen nicht so an wie auf dem Foto.	-
5002197	Schönung, da die Pflanzen meist beschädigt ankommen, meistens verursacht durch den Versandemittel.	-
5002220	-	Ich sehe sie nicht an.
5002236	-	Ich bestelle lieber das was ich kaufe.

Obwohl viele der Teilnehmenden selten einen Blumenstrauß kaufen, gab es einen Tag, an dem Sie einen kaufen mussten – den Muttertag.

Interessant ist auch, dass einige nebst dem Blumenladen auch in ein Blumenfeld gehen, um ihre Blumensträuße zusammenzustellen. Hierbei stellt sich die Frage: Wieso? Wenn es doch im Laden einfacher und zeitsparender ist, einen schon zusammengestellten Blumenstrauß zu kaufen.

Diese Frage wurde durch einen Teilnehmer zu einem späteren Zeitpunkt beantwortet.

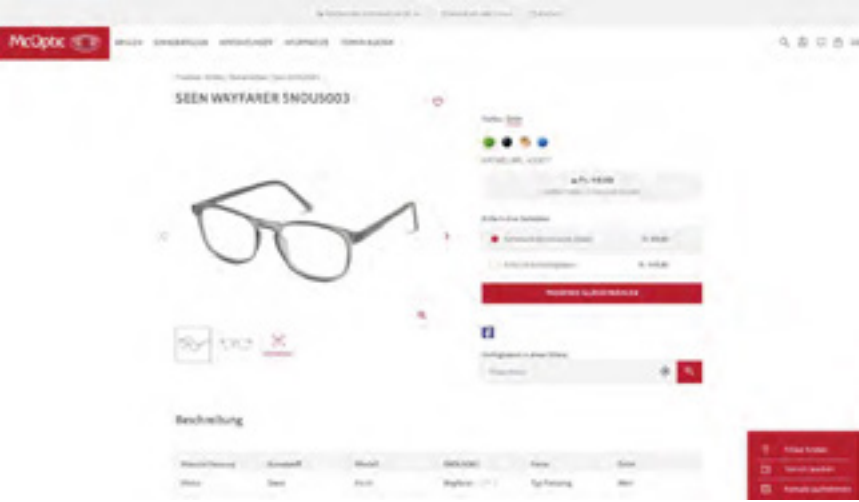
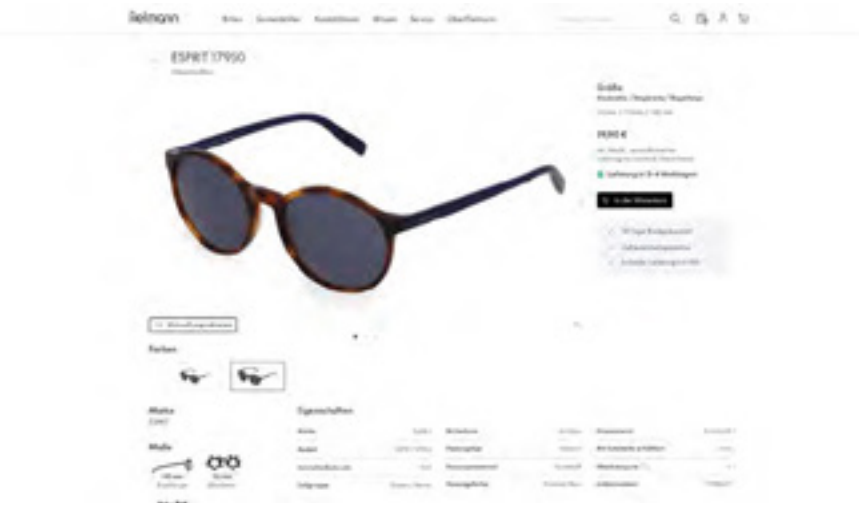
Es stellte sich heraus, dass bei Blumen auch die schweizer Herkunft ein entscheidendes Kriterium sein kann. Dieser Aspekt wird während der Entwicklung berücksichtigt.

Augmented Reality

Die Augmented Reality Recherche ist eine branchen-
übergreifende Konkurrenzanalyse. Untersucht
werden bekannte Unternehmen, die den Verkauf
ihrer Produkte mit AR und/oder einem Konfigu-
rator unterstützen. Meine Auswahl fiel auf folgende
Unternehmen:

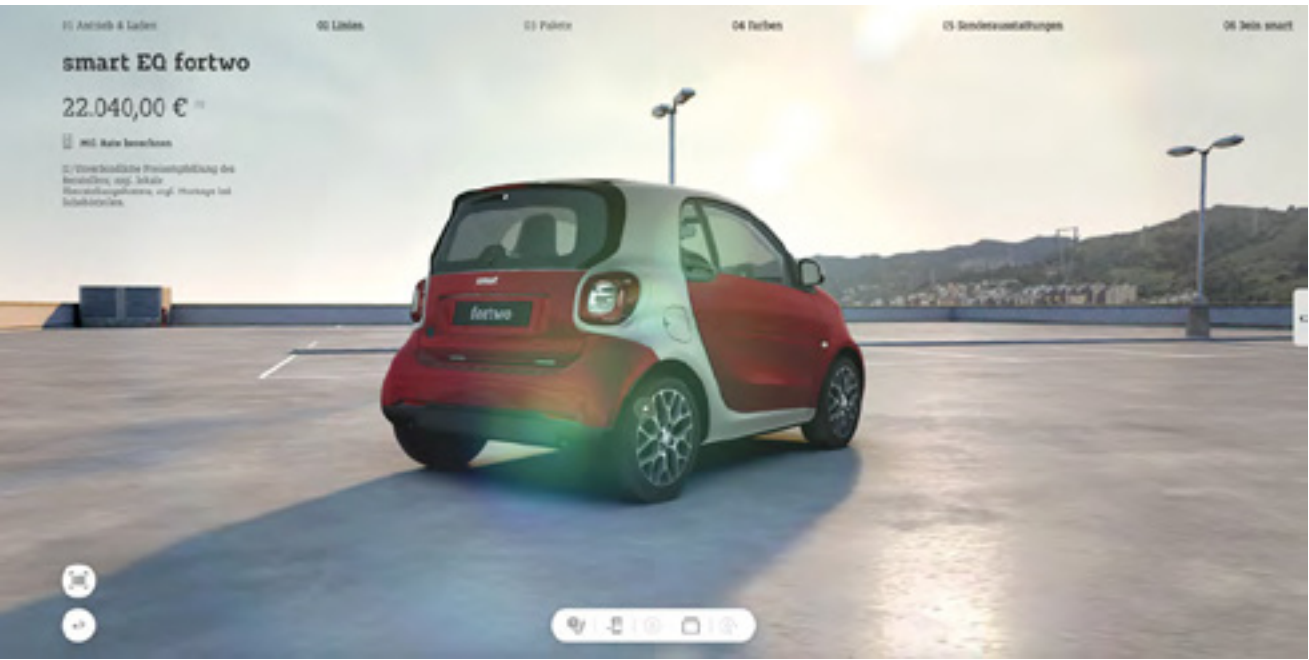
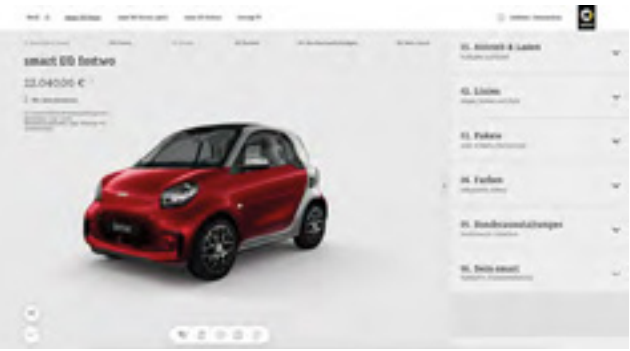
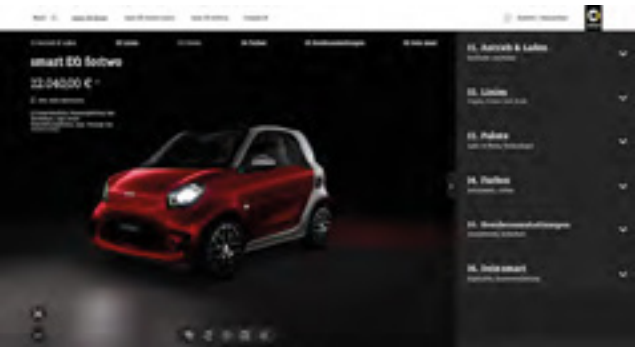
Optiker

Die übergreifende Recherche zeigte auf, dass viele
Optiker, wie Fielmann und McOptik bereits eine
Augmented Reality Funktion auf ihren Online-Shops
anbieten, um dem Kunden das perfekte Produkt zu
verkaufen. Der Kunde ist hierbei sehr frei in seiner
Entscheidung. Er kann die Brille bequem von Zu-
hause aus virtuell anprobieren, mit Hilfe eines Ge-
sichtsscans, um einen ersten Eindruck vom Pro-
dukt zu erhalten. Zudem kann er das gewünschte
Produkt bestellen und es noch einmal anprobieren.
Was gefällt, wird bestellt.



Automobil-Branche

Nicht nur die Optiker-Branche sondern auch die
Automobil-Branche, verwendet vermehrt AR.
Dabei hat man die Möglichkeit, eine Realtime-
Konfiguration des gewünschten Fahrzeuges dar-
zustellen. Eine weitere revolutionäre Funktion
ist es, das konfigurierte Fahrzeug in einer 3D-
Umgebung herumfahren zu lassen.



Konkurrenzanalyse

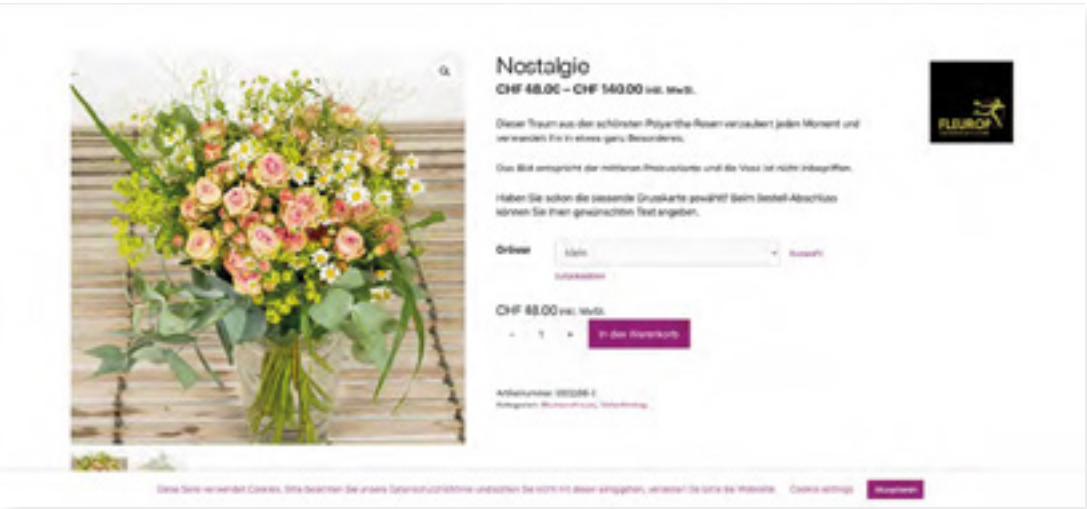
Folgende Kriterien wurden bei der Konkurrenz-analyse genauer betrachtet: Sortiment, Produkt-information, Qualität, Lieferfähigkeit, Preis, Service-leistung, Besonderheiten, Design, Navigation und Benutzerfreundlichkeit

1. Flora Tina

Das Unternehmen Flora Tina gehört zur Gruppe «Fleurop» was den meisten ein Begriff ist, sobald es sich um Online-Blumensträusse handelt.

Im ersten Augenblick wirkt die Website mit ihrem Purpur-Farbtton sehr wuchtig. Sobald man mit der Maus darüberfährt, werden die Animationen akti-viert. Der Abstand zwischen den Animationen ist so gering, dass es doch etwas zu viel des Guten ist. Die Hauptattraktion stellt jedoch die 360° Ladentour dar. Hier kann der Laden, wie bei Google Maps, auf einer bestimmten Route betrachtet werden. Aber Achtung! Leider kommt man aus dieser Sicht nicht mehr raus, sprich man muss die Seite neu laden.

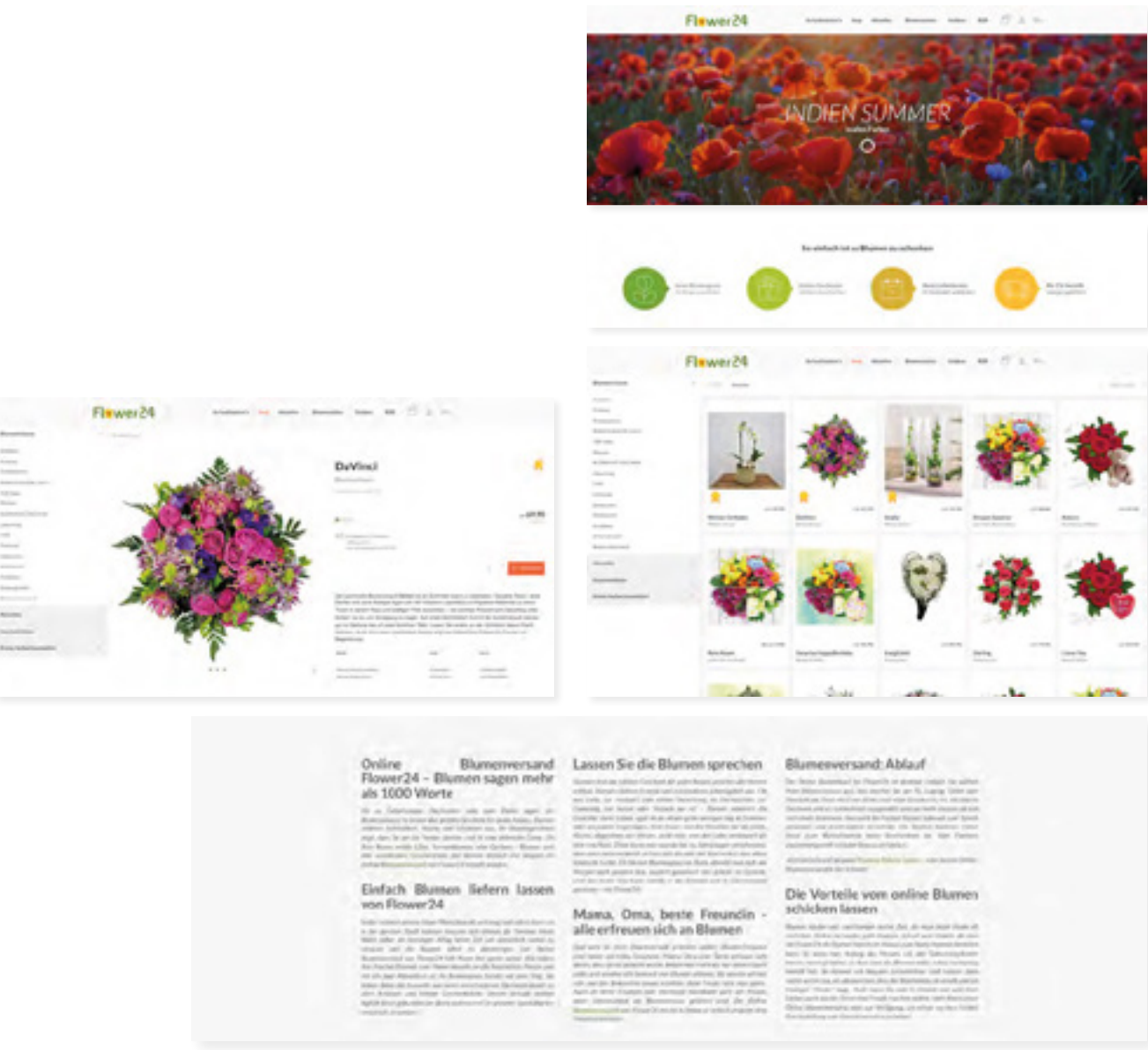
Im Shop erhält man eine kleine Anzahl an Produk-ten (zehn Blumensträusse), die man online be-stellen kann. Beim Antippen des Produktes gelangt man zu einer Übersichtsseite. Nun ist es möglich, das gewünschte Produkt zu bestellen. Zu beachten ist jedoch, dass man aufgefordert wird, eine Grösse auszuwählen, um weiter zu gelangen.



2. Flower24

Wenn bei Google «Blumenstrauss Online bestellen Schweiz» eingibt, erscheint auf dem dritten Platz des Rankings Flower24. Es ist eine sehr übersichtliche Website, der User wird sogleich darauf aufmerksam gemacht, wie leicht es ist, hier Blumen zu bestellen. Beim Weiter-scrollen werden einige Beispiele von Blumen-sträussen für bestimmte Anlässe gezeigt, das ist zeitsparend. Wenn für den gewünschten Anlass kein Beispiel vorhanden ist, kann man weiter unten zum gesamten Sortiment gelangen.

Die Blumensträusse können nicht von mehreren Seiten betrachtet werden. Dafür gibt es eine Detailbeschreibung. Verfügbarkeit und Lieferzeit werden angezeigt. Theoretisch ist auch die Anzahl der gewünschten Blumensträusse wählbar, wenn man dies tut, erhält man allerdings den Hinweis, dass nur ein Bouquet pro Bestellung möglich ist. Massenbestellungen sind also ausgeschlossen, obwohl die Funktion/der Button angezeigt wird. Zudem ist es möglich, im nächsten Schritt Ge-schenkartikel und Grusskarten zur Auswahl hinzu-zufügen. Um die Bestellung aufzugeben, wird man aufgefordert, sich entweder anzumelden oder ein neues Konto zu erstellen. Möchte man dies nicht, kann man den Blumenstrauss als Gast bestellen.



3. Feey

Ich wurde auf Feey durch meinen Mentor aufmerksam gemacht. Nach genauerem Betrachten entschied ich mich, aufgrund der Besonderheiten es in die Konkurrenzanalyse miteinzubeziehen.

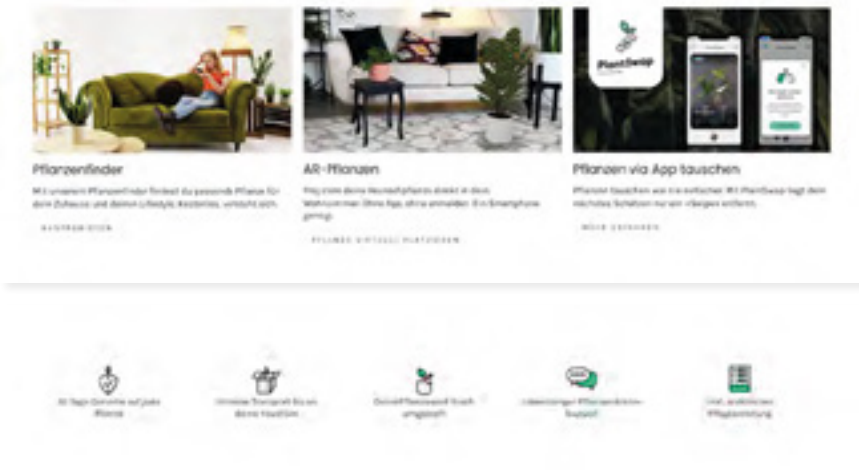
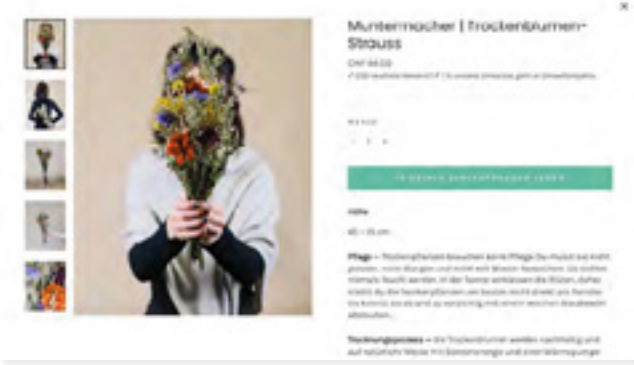
Feey ist eine sehr moderne, übersichtliche und ansprechende Website, die Zimmerpflanzen und Trockenblumen anbietet.

Falls man noch nie darüber nachgedacht hat, was für ein «Pflanzentyp» man ist oder was man bestellen soll, muss man lediglich einen «Pflanzenfinder-Test» durchführen und schon wird das Produkt zusammengestellt.

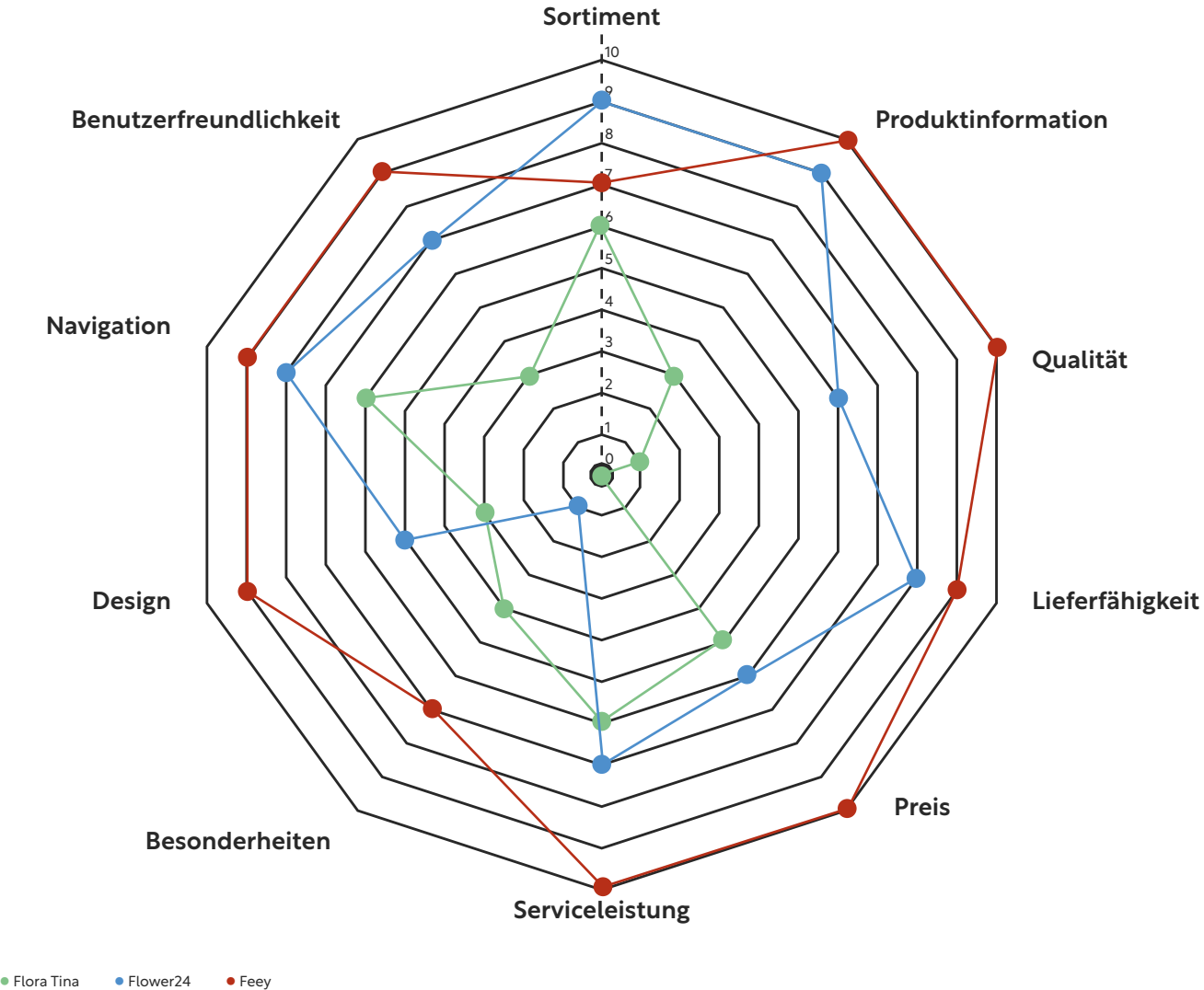
Nebst dem Pflanzenfinder gibt es die AR-Pflanzen und eine App, mit der Pflanzen im Bouquet ausgetauscht werden können. Micro-Animationen auf der Startseite lockern die Stimmung auf und geben die Vorteile von Feey wieder (30 Tage Garantie, sicherer Transport, frisch umgetopft, Pflanzendoc-Support, Pflegeanleitung). Auch ein Film zeigt, was an Feey so besonders ist.

Bei der Bestellung eines Produktes werden mehrere Perspektiven gezeigt, um der Kundschaft einen besseren Eindruck von der Pflanze zu bieten. Details zum gewünschten Produkt, Tipps zur Pflege und die Herkunft werden aufgelistet.

Der Bestellprozess ist durch einen Express-Checkout per Paypal vereinfacht. Wer kein Paypal-Konto besitzt, muss seine Kontaktdaten und die Lieferadresse angeben.



Netzdiagramm



Netzdiagramm

Untersucht wurden drei völlig unterschiedliche Online-Shops, bei denen die technischen Vorteile der Webseiten gut vergleichbar sind. Die Benutzerfreundlichkeit steigerte sich vom ersten bis zum dritten Mitbewerber-Beispiel meiner Konkurrenzanalyse.

Eine einfache Bedienung und ein dezentes Design wirken ruhiger. Dies führt dazu, dass man länger auf einer Website bleibt, um mehr zu entdecken.

Informationen zur Herkunft und zu den Eigenschaften eines BlumenstrausSES sind sehr wichtig. Anhand der Umfrage stellte sich heraus, dass die Kunden Wert auf solche Informationen legen. Sie wollen wissen, was das Produkt genau ist und woher es stammt. Fehlen diese Informationen, wird das Produkt nicht angeschaut oder misstrauisch bewertet. Je mehr Aspekte der Kunde erfährt, desto weniger Fragen tauchen auf.

Ein wesentlicher Punkt ist die Qualität der Blumen. Da man in einem Online-Shop nicht die Möglichkeit hat, die Blumen anzufassen und zu riechen, werden Kunden mit hübschen Bildern angelockt. Doch widerspiegeln die Bilder auch die Wirklichkeit oder sind es nur idealisierte Bilder?

Bei der dritten Konkurrenz-Analyse wurde die Qualität anhand von einem Erklär-Video präsentiert. Dies baut eine indirekte Vertrauensebene mit dem Kunden auf. Das Unternehmen wird gegenüber dem Kunden transparent.

NABC-Methode

Auftraggeberin

Needs	Approach	Benefit	Competition
• Online-Re-Design • Optimierter Arbeitsprozess (Online und am POS) • Bestellvorgänge beschleunigen und ein positives User-Erlebnis erzeugen	• Eine Website, die das Potenzial und das Können der Auftraggeberin zeigt und die Qualität ihrer Produkte repräsentiert	• Mehr Zeit für die Arbeit an ihren Blumensträussen, zeitaufwändige Diskussionen in der Vorbestellphase (Briefing) entfallen • Entlastung im Blumenatelier • Durch positive Empfehlungen erhöht sie die Reichweite • Umsatzsteigerung am POS, durch die Unterstützung des Online-Stores • Wenig Aufwand für mehr Aufträge und bessere Vermarktungsmöglichkeit	• Mehraufwand durch einen zusätzlichen Kanal (Web) • Überforderung für einen Ein-Mann-Betrieb • Überlastung kann zu nicht Einhaltung der Benefits (Lieferzeit, Frische, Qualität) führen • Kunden vermeiden den Online-Store, da sie grundsätzlich gegen eine Online-Bestellung sind und das Kundenerlebnis vor Ort bevorzugen

Kunden

Needs	Approach	Benefit	Competition
• Effiziente und schnelle Bestellung • Einfache Zugänglichkeit • Mehr Freiraum für eigene Kreativität • Garantie für Frische und Qualität in der Online Bestellung • Realitätsbezogene Ansicht im Web • Schnelle Beratung im Store	• Eine Plattform, die dem Kunden ermöglicht, eine Bestellung einfacher aufzugeben und mittels Beurteilungen und Empfehlungen sich von der Qualität überzeugen zu lassen • AR-Konfigurator, um eine realitätsbezogene Ansicht zu generieren	• Keine Warteschlangen am POS oder meilenweite Reisen • 24/7 Service • Unabhängig und zeitsparend beim Bestellen des Produktes • Kein Zeitverlust beim Erläutern der eigenen Vorstellung • Mehr Freiraum für kreativen Lauf mit der Vielfalt der Produkte	• Veraltete Technik, kann AR nicht nutzen, somit kann es zu einem negativen Erlebnis werden • Produkt sieht anders aus als Bestellt • Überforderung des Interface • Zu grosse Auswahl, Überforderung durch das Sortiment

Problemdefinition

- Die veraltete und unübersichtliche Website bietet kein positives Kundenerlebnis.

Anhand der Analysen ergibt sich, dass die Website von Hübli-Atelier nicht kundenorientiert aufgebaut ist. Das Interface ist nicht auf dem aktuellsten Stand und durch die vielen aufeinandertreffenden Elemente wirkt sie sehr überladen.

- Der Bestellprozess ist kompliziert und zeit-aufwändig.

Einfache Schritte führen zum Ziel, doch beim Hübli-Atelier ist dies nicht der Fall. Um eine Bestellung aufgeben zu können, muss der Kunde direkt Kontakt aufnehmen und seine Wünsche äussern. Im besten Fall hat der Kunde eine Vorstellung eines gewünschten Produktes anhand von Bildern. Ansonsten muss der Kunde nach Bildern suchen, die seinen Vorstellungen entsprechen und diese via Whatsapp senden. Dieser mühsame Prozess, um eine genaue Vorstellung vom gewünschten Produkt zu erhalten, bietet dem Kunden kein positives Erlebnis. Immerhin wendet sich die Stimmung nach der Annahme des Strausses, denn die Produkte des Hübli-Ateliers sind gut.



Lösungsansatz

- Website modernisieren und ein Kundenerlebnis schaffen.

Um ein positives Kundenerlebnis zu schaffen, muss die Website in erster Linie modernisiert werden. Grid, Struktur, Inhalt und Schriftart wird ersetzt und überarbeitet. 360° Ansicht, Augmented Reality und der Konfigurator bieten eine Art kreatives Spiel an, bei dem der Kunde die Rolle als digitaler Florist übernimmt.

- Bestellungen schneller und einfacher aufgeben.

Es entstehen drei verschiedene Lösungsansätze, um eine Bestellung zu tätigen. Der erste und einfachste Case besteht aus der Möglichkeit, aus dem Sortiment ein Produkt auszuwählen und zu kaufen.

Der zweite Case zur Vereinfachung der Bestellung ist der Konfigurator. Hierbei kann der Kunde eine bereits erstellte Vorlage nach seinem Bedürfnis bearbeiten, um das gewünschte Produkt zu visualisieren und anschliessend zu kaufen.

Der spannendste und dennoch zeitaufwändigste Case ist das Pflücken auf dem Blumenfeld. Der Kunde hat die Option, aus mehreren Blumenfeldern einen eigenen Blumenstrauss zusammen-

zustellen. Nach dem Pflücken besteht immer noch die Möglichkeit, mit dem Konfigurator den bereits erstellten Blumenstrauss zu bearbeiten, bis der Kunde mit seinem Werk zufrieden ist.

Für wissensdurstige Kunden besteht die Überlegung, Informationen zur Pflege, zur Herkunft und zu den Blumenarten zur Verfügung zu stellen. Dies, um alle Fragezeichen aus dem Weg zu räumen und dem Kunden einen Mehrwert zu bieten.

04. KONZEPT

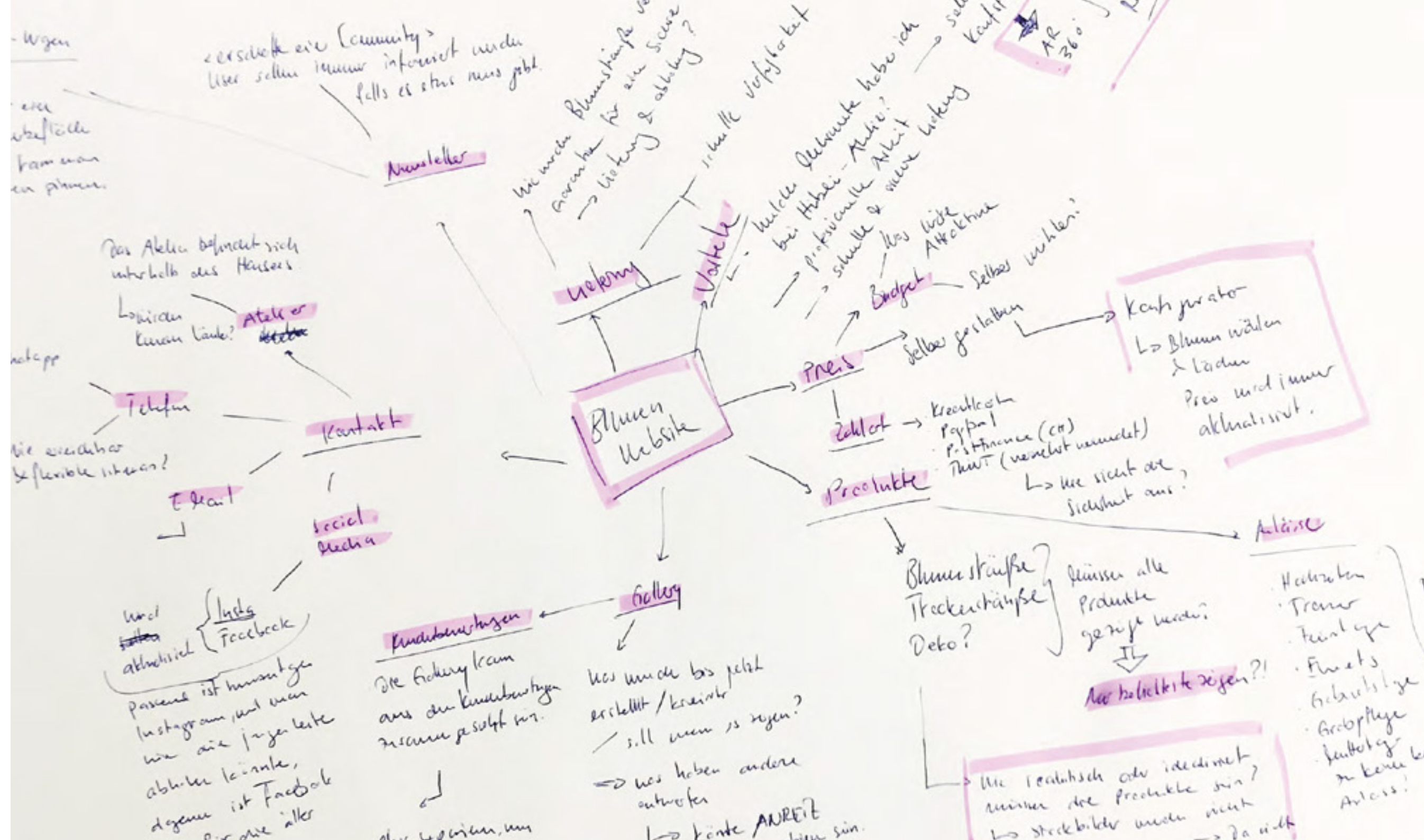
Brainstorming

Was könnte man tun, um einer modernen und fortschrittlichen Website gerecht zu werden?

Um die Elemente der Website festzuhalten, die notwendig sind, wurde ein Brainstorming gemacht, das die Ergebnisse aus der Konkurrenzanalyse einbezieht.

Auf das Brainstorming folgen weitere Überlegungen, etwa wo auf der Website man seine Vorteile am wirkungsvollsten darstellt – und diese so sichtbar macht, dass ein User sie gar nicht übersehen kann. Zusätzliche Features der Website können einen Ansporn für den längeren Aufenthalt auf der Website bieten.

Der Gedanke an eine 360° Ladentour wurde schnell verworfen, da die Auftraggeberin an sich keinen Laden besitzt, sondern ein Atelier. Wieso aber nicht eine 360° Sicht der Blumen? Jeder sollte die Möglichkeit haben, eine Blume von allen Seiten betrachten zu können, wie im echten Leben.



Strukturiert und detailliert

Nach dem groben Brainstorming wurden alle Gedanken strukturiert und ausgearbeitet. Die detaillierte Übersicht bietet die Grundlage für die erste Sitemap.

Sitemap

Die Sitemap zeigt einen Soll-Zustand der neuen Website. Hier war es wichtig, auf die Wünsche der Kunden und der Auftraggeberin einzugehen. Anhand der Konkurrenzanalyse und des Brainstormings konnten Menü-Punkte und darauffolgende Unterkategorien erstellt werden. Zusätzlich zu den wichtigsten Punkten wie Kontakt, Preis, Benefits, Sortiment und Login gehören auch der AR-Konfigurator sowie die Vereinfachung des Bestellprozesses.

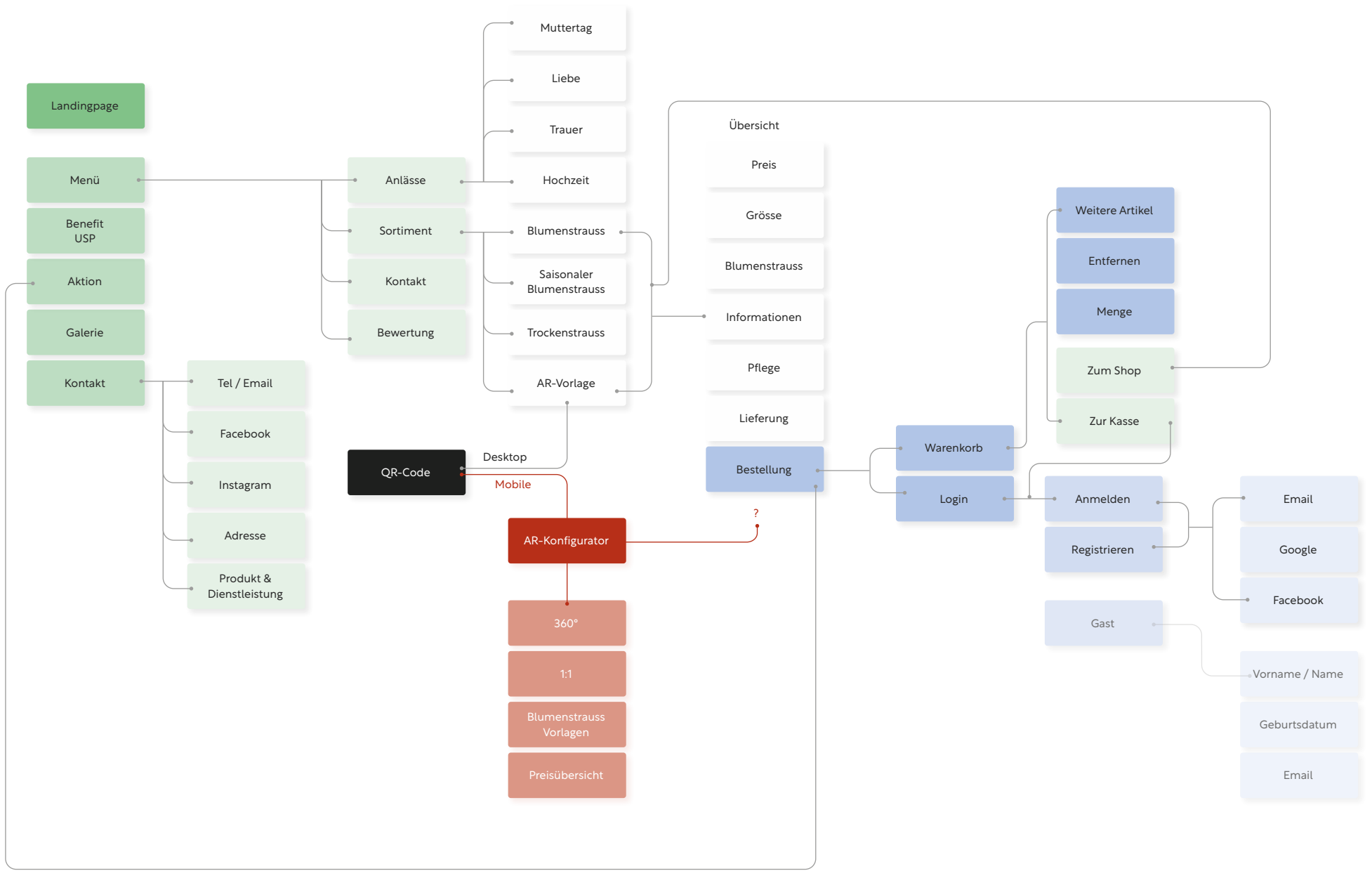
Die Mengenangabe wurde auch hinterfragt. Will man wirklich vom gleichen Blumenstrauß mehrere bestellen? Irgendwie erschien es unwahrscheinlich, dennoch wurde es auf der Sitemap untergebracht.

Unklar ist, wie und wo der Konfigurator eingesetzt wird. Eine Überlegung, diesen auf der Website zu gestalten und für das Smartphone zu erweitern. Zudem besteht die Möglichkeit, den erstellten Blumenstrauß im AR-Modus zu betrachten, um ein realistisches Bild zu erhalten. Der Blumenstrauß wird im AR-Modus im Verhältnis eins zu eins dargestellt, damit der Kunde nicht getäuscht wird und ein realistisches Erlebnis bekommt.

Es stellte sich heraus, dass schon beim Erstellen der Sitemap der Wechsel zwischen Desktop und Smartphone eine Herausforderung darstellt. Weil man einerseits will, dass der Kunde solange wie möglich auf der Website verweilt, andererseits soll der Kunde aktiv seinen eigenen Blumenstrauß kreieren.

Legende

- Landingpage
- Landingpage Content
- Hauptmenü
- Untermenü
- Bestellprozess
- Sicherheits-Check
- AR-Konfigurator – Content
- Zusätzliche Features



Zielgruppe

Die Zielgruppendefinition konnte ich mit dem umfangreichen Re-Briefing, welches ich mit der Auftraggeberin hatte, definieren.

Die Zielgruppe umfasst 20- bis 80-jährige Männer und Frauen, mit und ohne Kinder. Sie verfügt über ein durchschnittliches Einkommen und wohnt überwiegend in Ein- und Mehrfamilienhäusern. Sie weist ein naturverbundenes Freizeitverhalten auf, nutzt kulturelle Angebote und ist am aktuellen Tagesgeschehen interessiert. Die Männer und Frauen dieser Zielgruppe arbeiten in verschiedenen Berufen sowie in kleineren bis grossen Unternehmen. Sie zeichnen sich durch Spontanität und Individualität aus und sind mit der Heimat verwurzelt. Beim Einkauf ist ihnen der Preis, die Qualität und das passende Produkt zu finden wichtig.

Personas



THOMAS WENGER

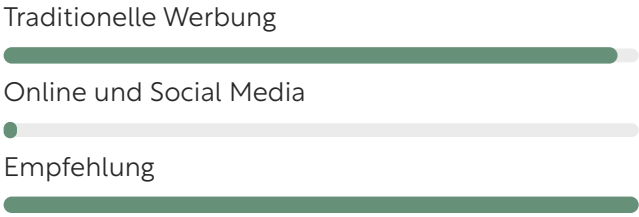
Alter	89 Jahre
Beruf	Rentner
Zivilstand	Witwer
Wohnort	Niederbipp
Lieblingsblume	Lavendel

«Ich möchte meiner Frau nur das Beste schenken, damit ich ihr auch im Jenseits ein Lächeln ins Gesicht zaubern kann.»

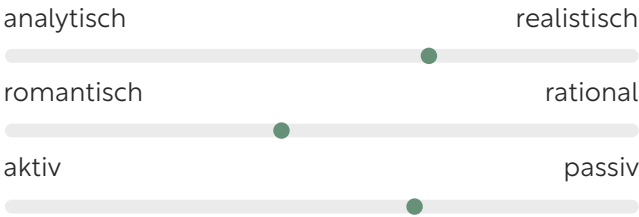
Technik-Affinität



Kanäle, die zum Kauf animieren



Persönlichkeit



Ziele

- Grabpflege
- Pünktliche Blumenlieferung
- Hilfsbereite Beratung

Frustration

- Altersbedingte Vergesslichkeit
- Mobilität
- Ungeduld

Personas



LISA BIANCHI

Alter **27 Jahre**
Beruf **Sozialberaterin**
Zivilstand **Verlobt**
Wohnort **Bern**
Lieblingsblume **Tulpen**

«Meinen eigenen Blumenstrauss erstellen,
ohne eine Floristin dazwischen zu haben.»

Technik-Affinität

IT und Internet

Mobile Apps

Online Shopping

Kanäle, die zum Kauf animieren

Traditionelle Werbung

Online und Social Media

Empfehlung

Persönlichkeit

analytisch

realistisch

romantisch

rational

aktiv

passiv

Ziele

- Schnell und effizient zum Ziel
- Kompetente Beratung
- Bewertungen

Frustration

- zu kleines Sortiment
- Fachwissen fehlt



JOSHU HUBER

Alter **35 Jahre**
Beruf **Bankangestellter**
Zivilstand **In einer Beziehung**
Wohnort **Zürich**
Lieblingsblume **Hauptsache schön**

«Auch bei regnerischen Tagen
Blumen pflücken.»

Technik-Affinität

IT und Internet

Mobile Apps

Online Shopping

Kanäle, die zum Kauf animieren

Traditionelle Werbung

Online und Social Media

Empfehlung

Persönlichkeit

analytisch

realistisch

romantisch

rational

aktiv

passiv

Ziele

- Selbst erstellen
- Frische und Qualität
- Breite Auswahl

Frustration

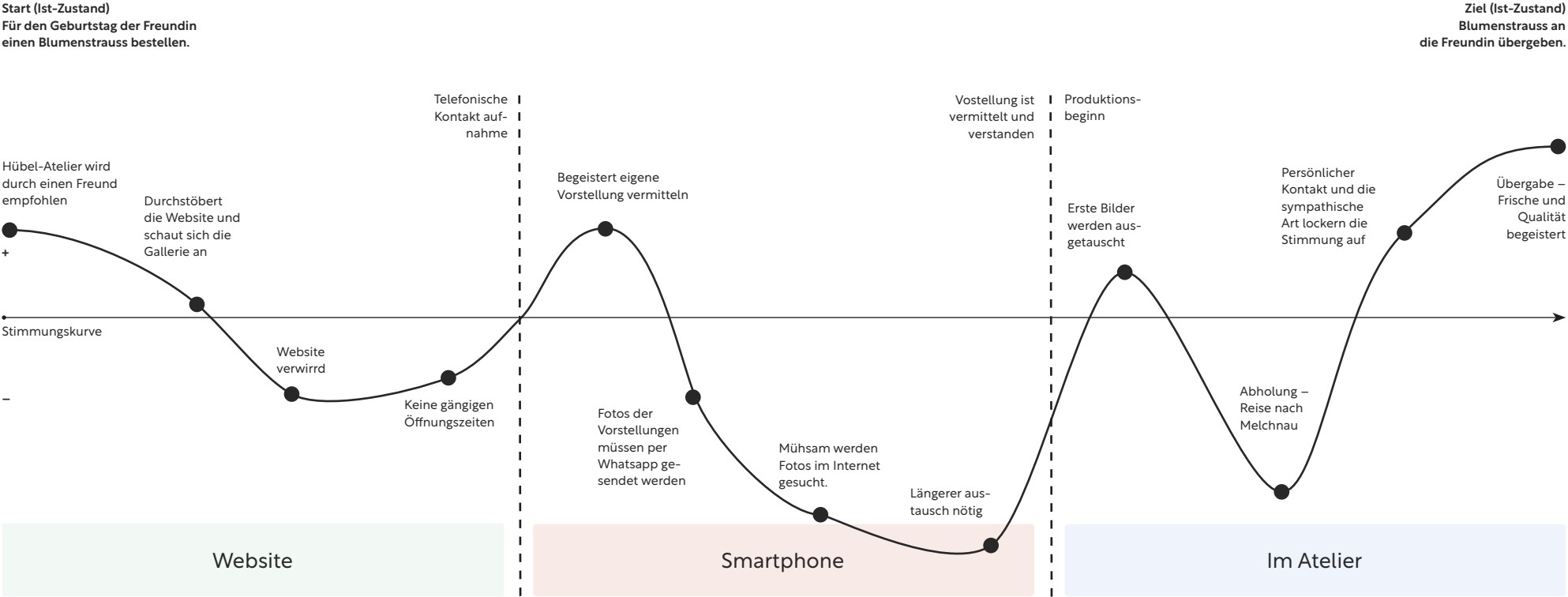
- Idealisierte Bilder
- Lieferqualität
- Keine Ahnung von Blumen

Customer Journey

Joshu will für den Geburtstag seiner Freundin einen Blumenstrauss zusammenstellen, den er auf einem Blumenfeld pflücken möchte. Leider muss sich Joshu um ein wichtiges berufliches Projekt

kümmern, das ihn zu vielen Überstunden zwingt. Er hat also schlicht keine Zeit. Ein Arbeitskollege macht ihn auf das Hübeli-Atelier aufmerksam.

Ich habe mich für Joshu Huber aufgrund seiner Ahnungslosigkeit sowie seinem Bedürfnis nach einer breiten Blumenauswahl und Selbst-gemachtem entschieden.



User Flow

(Soll-Zustand)–
Für den Geburtstag der Freundin einen Blumenstrauss zusammenstellen.



Blue Print

Customer
Journey
Soll-Zustand

Besucht die Website.

Durchstöbert die Website und klickt auf AR Vorlagen.

Sucht sich eine Vorlage aus, die ihm spontan gefällt.

Hinweis für die Weiterverarbeitung.
Wird aufgefordert, die iPhone Kamera zu aktivieren, um den QR-Code zu scannen.

Jetzt kann er die Vorlage bearbeiten und anschließend im AR-Modus den erstellten Blumenstrauss betrachten.
Pflückt auf dem Blumenfeld ein paar Blumen zusätzlich zum Blumenstrauss.

Das kreative Werk gefällt und wird zum Warenkorb hinzugefügt.

Im Warenkorb sieht er sein zuvor erstelltes Werk und will es nun kaufen, somit betätigt er den Kauf-Button.

Im Kauf-Fenster wird er aufgefordert, sich anzumelden. Nach dem Anmelden muss er seine Kontaktdaten angeben. Liefer- und Rechnungsadresse überprüfen und erhält nochmals einen Gesamtüber-sicht des Produktes.

Security Page

Zahlungsdaten werden eingetragen um die Bestellung kostenpflichtig aufzugeben.

Website

Interaktion

Smartphone

Backstage

Dauer

1 min

3 sek

2 min

30 sek

1 min

5 min

3 sek

3 sek

10 min

3 sek

1 min

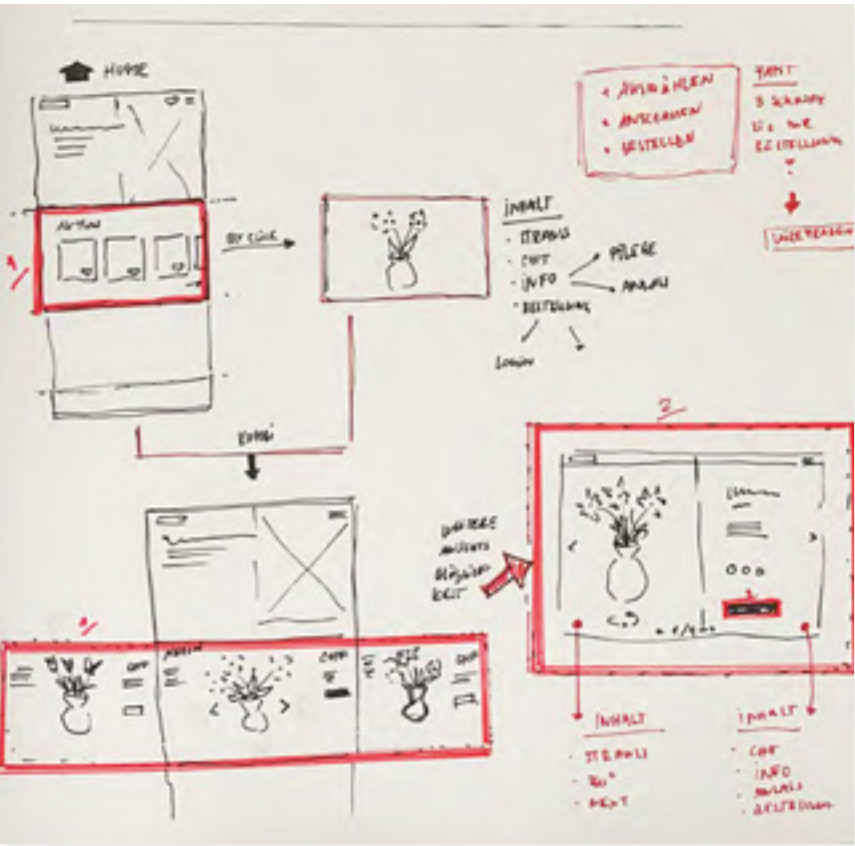
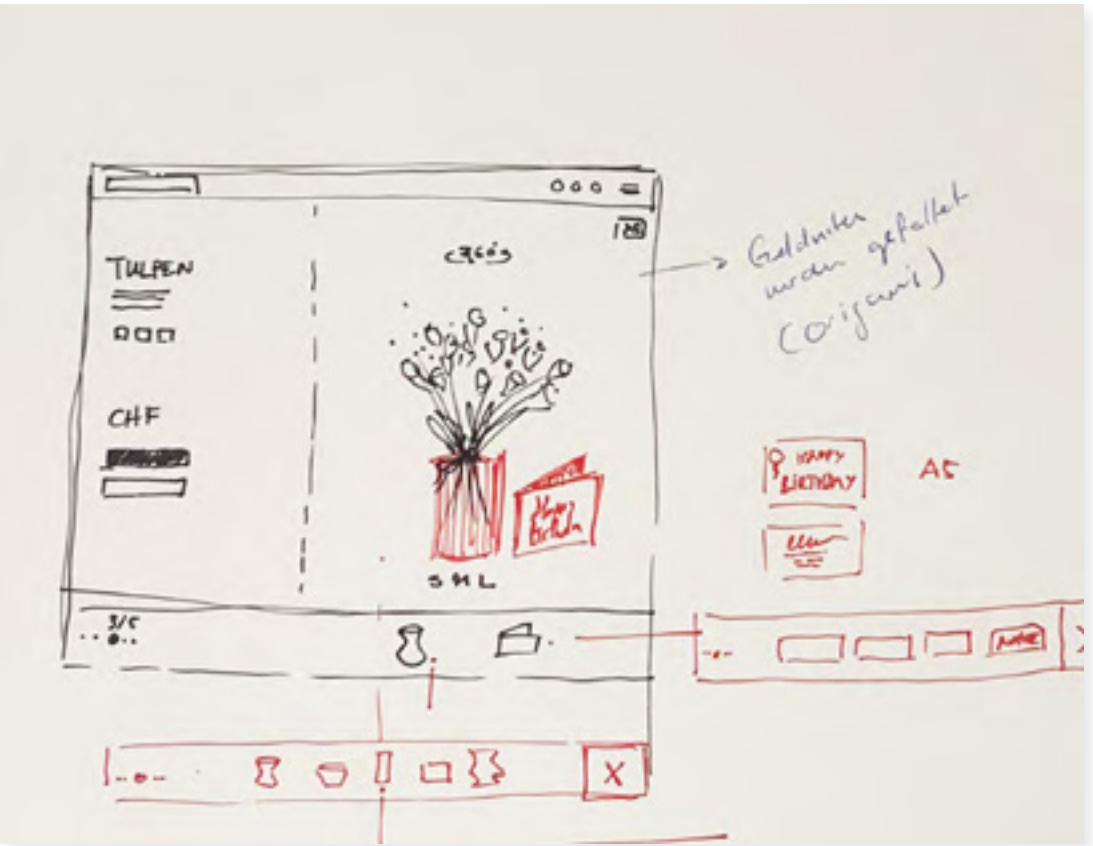
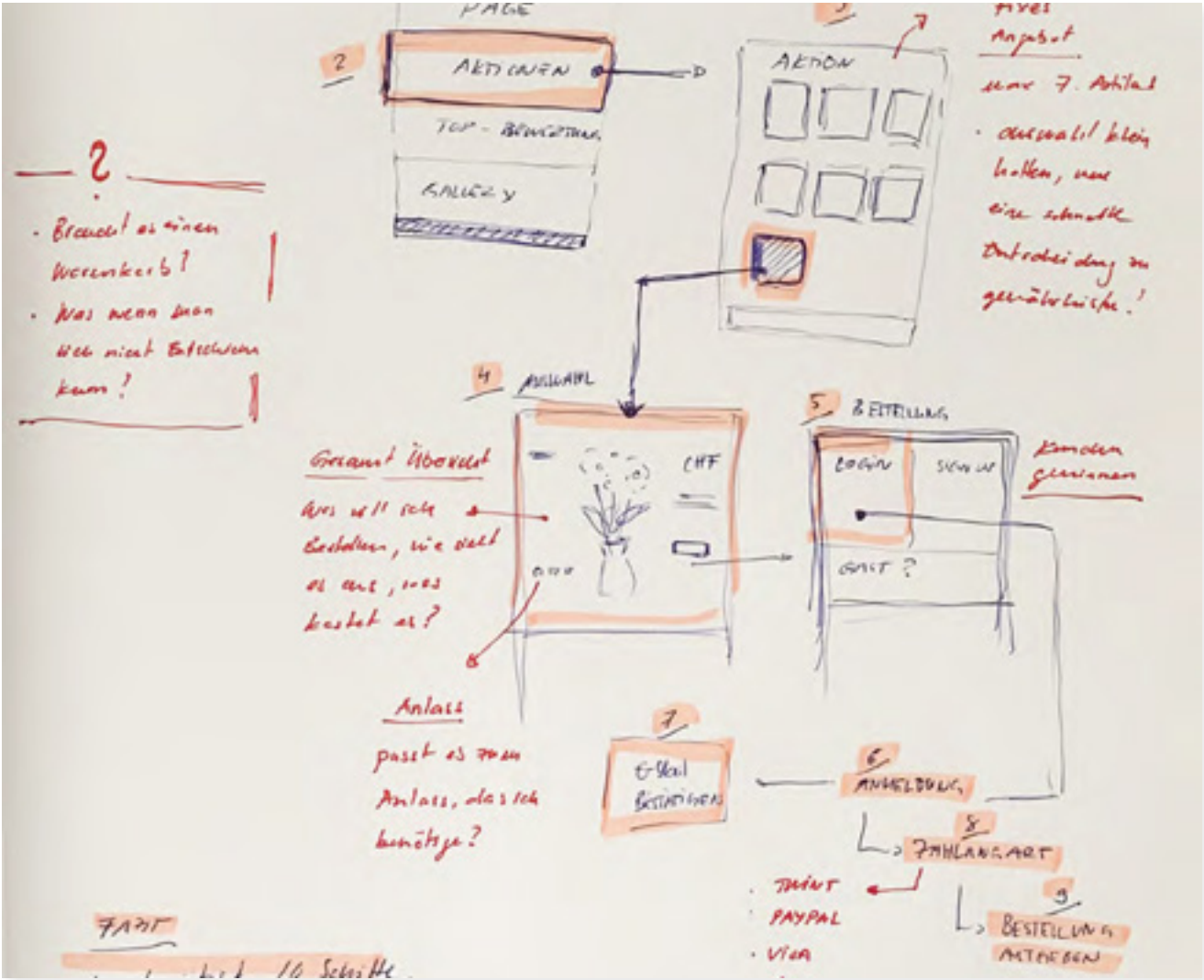
3 min

1 min

Total = ca. 28 Minuten

Wireframe Skizzen

Um die gesammelten Informationen und Analysen zu visualisieren, wurden schnelle Wireframe-Skizzen gezeichnet, beschrieben und hinterfragt. Mit Hilfe des zuvor erstellten User Flows konnten einzelne Abläufe in den Skizzen konkretisiert werden und noch bestehende Problematiken, mögliche Hindernisse des Ablaufs behoben werden.



Umfrage 2

Weshalb braucht es auf dem Smartphone einen AR-Konfigurator, wenn man bereits auf der Website konfigurieren konnte?

Bei dieser Richtung der Entwicklung hätte man das Potenzial vom Smartphone für das Kundenerlebnis nicht ausgeschöpft. Denn das einzige Erlebnis, das man dem Kunden bieten konnte, war das Aktivieren der Kamera, um die Produkte im Raum zu visualisieren. Oder es könnte lediglich eine Adaption der Website sein, welches sich wiederum kaum von einem responsiven Design unterscheidet. Sprich, das Smartphone wäre überflüssig.

Um jeder Zeit und unabhängig vom Standort einen Blumenstrauss konfigurieren und bestellen zu können, ist das Smartphone ein wichtiges Kommunikationsmedium, welches eingebaut werden musste.

Um sicher zu gehen, dass der Konfigurator einen zweckmässigen Platz erhält, musste die eine Frage gestellt werden:

Mit welchem Endgerät tätigen Sie mehrheitlich Ihre Bestellungen?

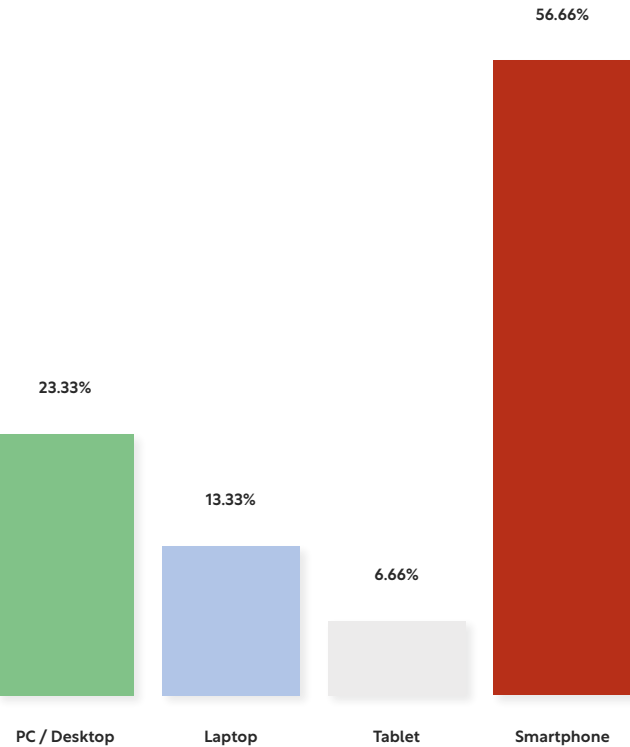
Es wurden spontan 30 Personen im Alter zwischen 24 und 57 Jahren mit dieser einen Frage konfrontiert. Das Ergebnis war mit 56,66% eindeutig. Die meisten der Befragten tätigten ihre Bestellungen mit dem Smartphone.

Wegen dieser Auswertung wurde der Konfigurator von der Website entfernt. Der Kunde hat neu die Möglichkeit:

- 1. Von der Website einen Blumenstrauss aus dem Sortiment zu bestellen
- 2. Auf dem Smartphone einen Blumenstrauss aus einer Vorlage zu bearbeiten und vom Blumenfeld zu pflücken

Ist man auf der Website und möchte einen Blumenstrauss konfigurieren, so erhält man einen QR-Code, den man mit dem Smartphone scannen kann.

Weiter entsteht die Möglichkeit, im AR Informationen zu den aktuellen Blumenfeldern und Blumen erscheinen zu lassen.



Design Iteration

Das Wireframen wurde nun völlig verdrängt. Anstatt die Struktur und den Inhalt zu erstellen, begann ich direkt mit dem Gestalten, deshalb wurden auch Lösungsansätze, wie in diesem Fall der Konfigurator, falsch eingebunden. Diese Fehlentwicklung wurde mir zum Verhängnis und machte sich vor allem auf der Desktop Anwendung bemerkbar.

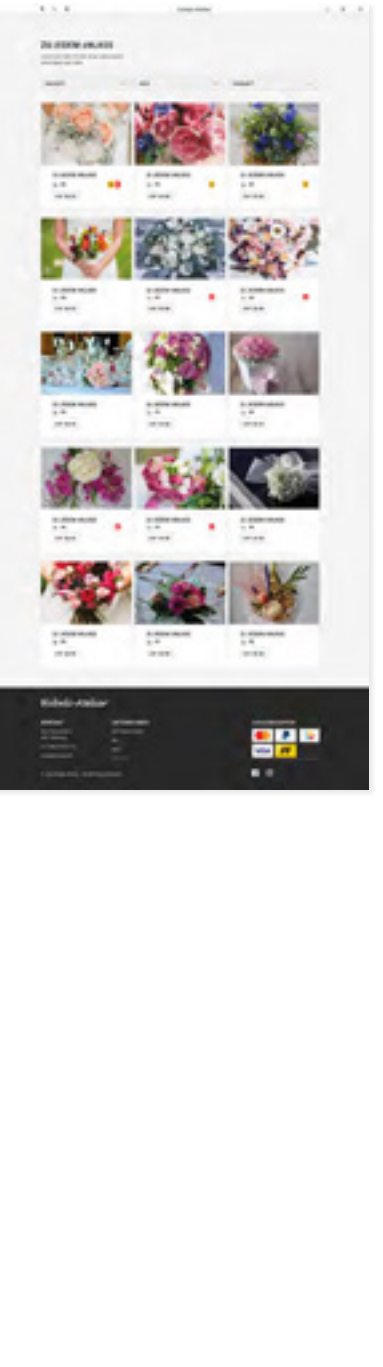
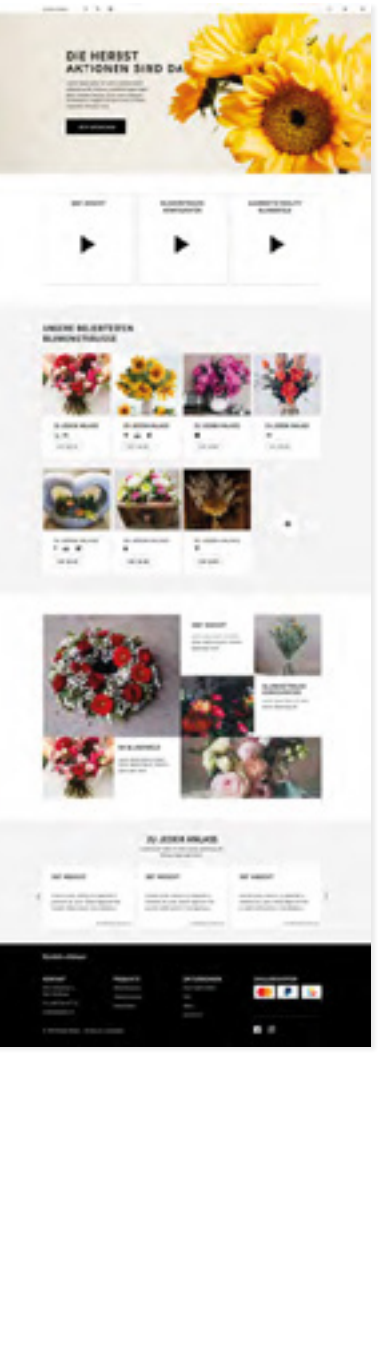
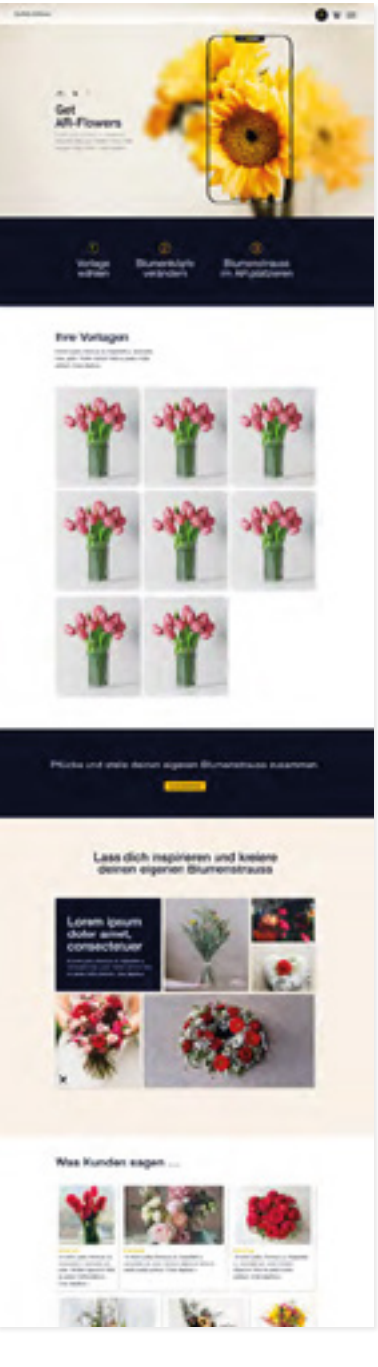
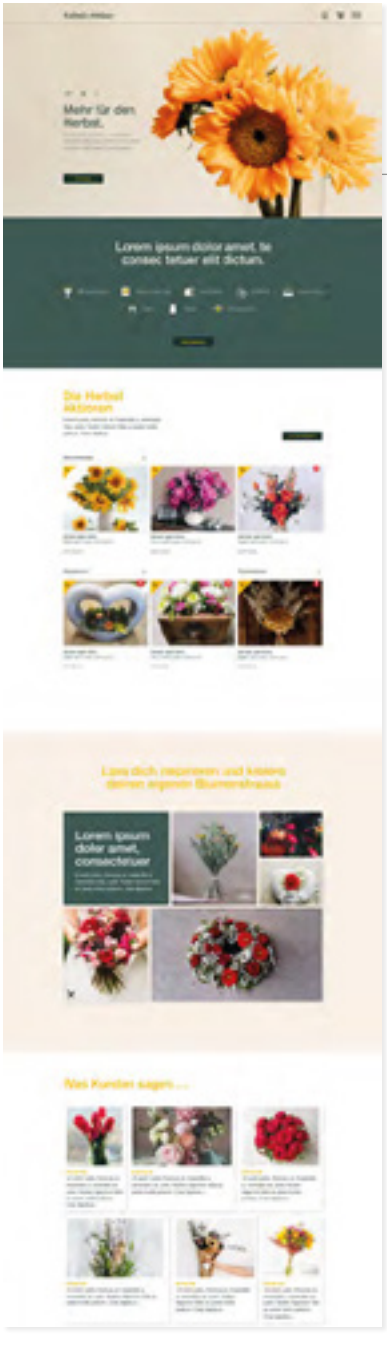
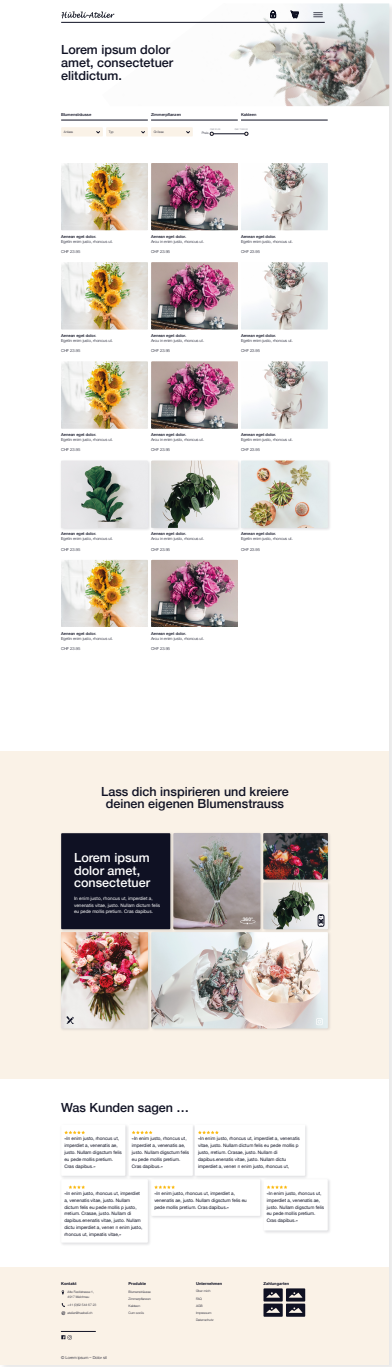
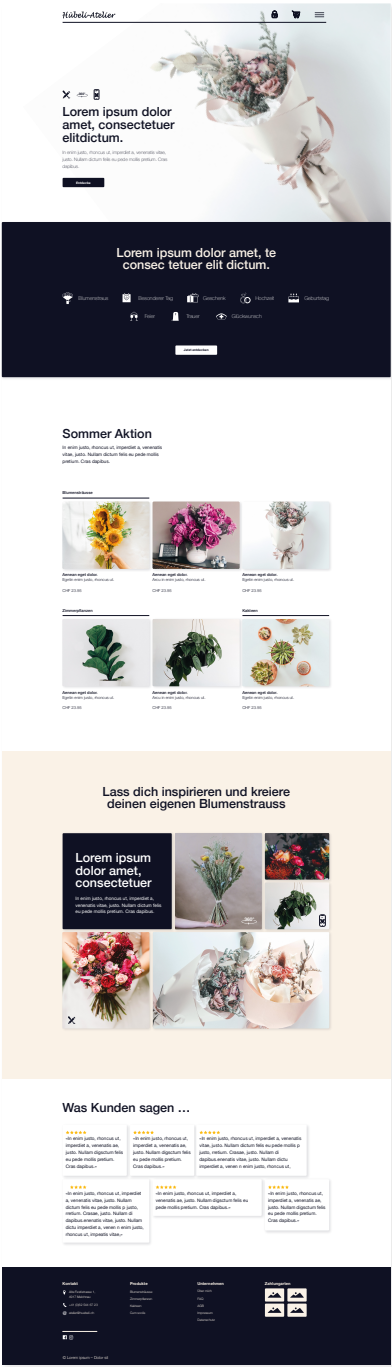
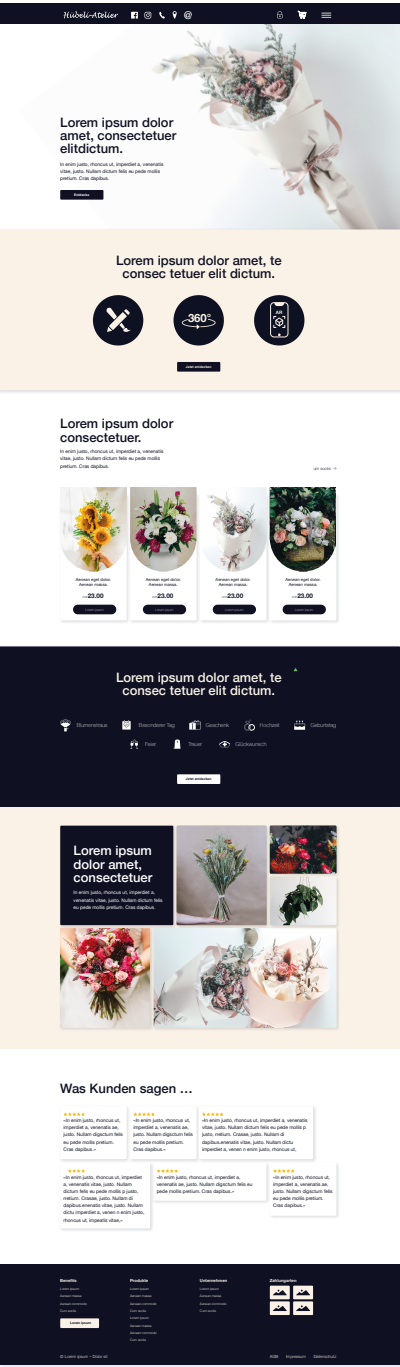
Der Fokus der gesamten Diplomarbeit verlagerte sich auf die Desktop-Anwendung, was nie meine Absicht war. Diese Design-Iterationen kosteten wertvolle Zeit, dabei nahm die Motivation stetig ab. Es wurden mehrere Designs erstellt, die sich kaum voneinander unterschieden und ich begann zu zweifeln. Das Problem lag am zuvor gestalten Wireframe, da dieses zu einer Vorlage für alle Designs wurde.



Obwohl die Frage nach der Platzierung des Konfigurators geklärt werden konnte, blieb ich bei den Designs hängen. Immer weitere Iterationen wurden durchgeführt und getestet.

Um ein wenig von der Gestaltung weg zu kommen, wurden Grautöne verwendet. Diese Entscheidung brachte Licht ins Dunkle, denn es gab während der Gestaltung immer diesen Störfaktor, den ich nicht beschreiben konnte. Anhand der neutralen Farben kamen die Bilder mehr zur Geltung und der Störfaktor löste sich auf. Es brauchte viele Anläufe, um diese Erkenntnis zu erhalten und ich begann auch den Inhalt zu überdenken. Was sollte dem Kunden grundsätzlich vermittelt werden?

Um nicht nochmehr Zeit zu verlieren, beschloss ich die Desktop Anwendung auf Eis zu legen und mit dem AR-Blumenstrauß-Konfigurator weiter zu arbeiten. Denn mir wurde bewusst, dass das Look and Feel der Desktop-Anwendung erst nach dem Erstellen des Design Systems für die Web-App zum Ziel führen wird.



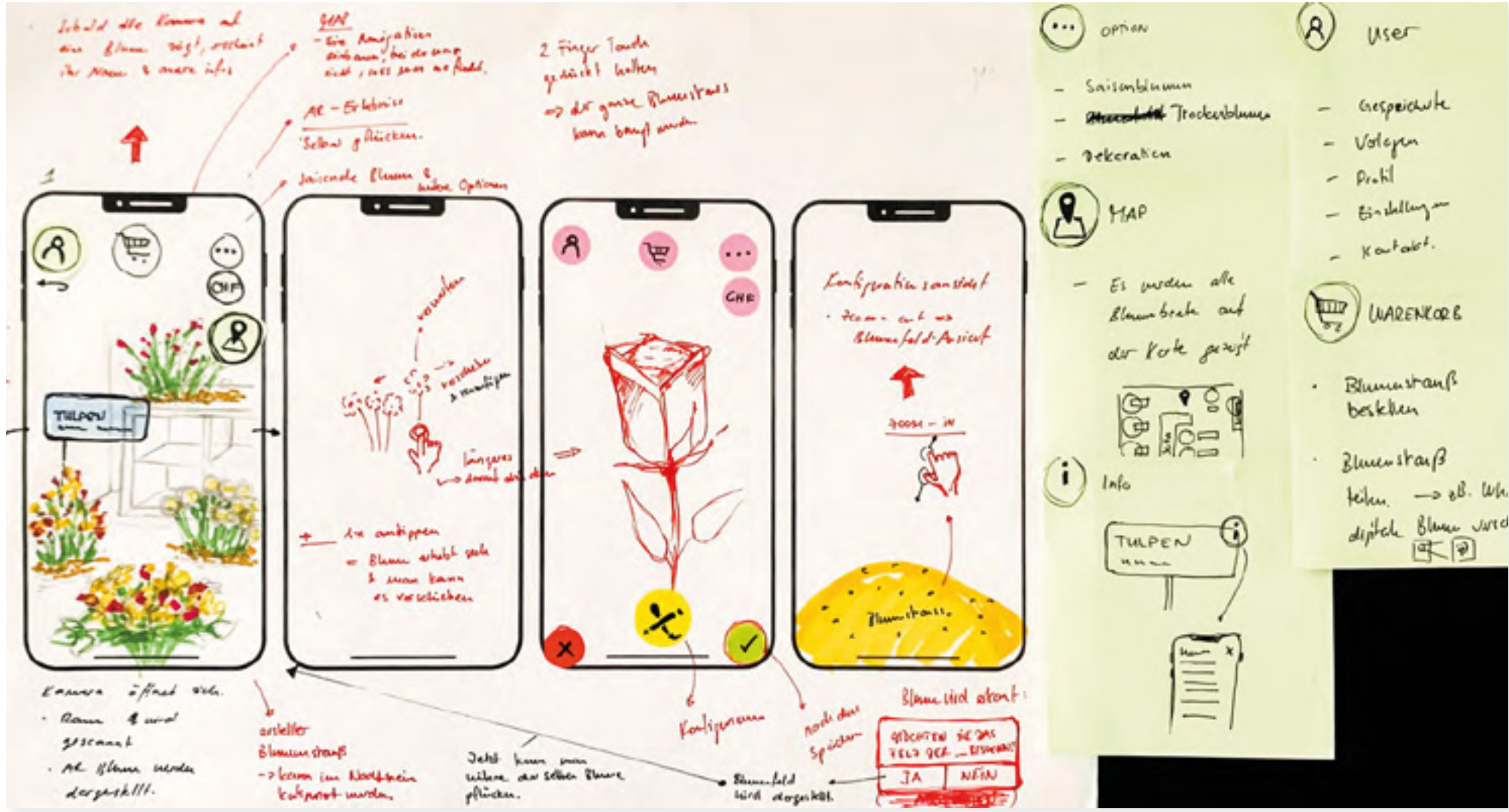
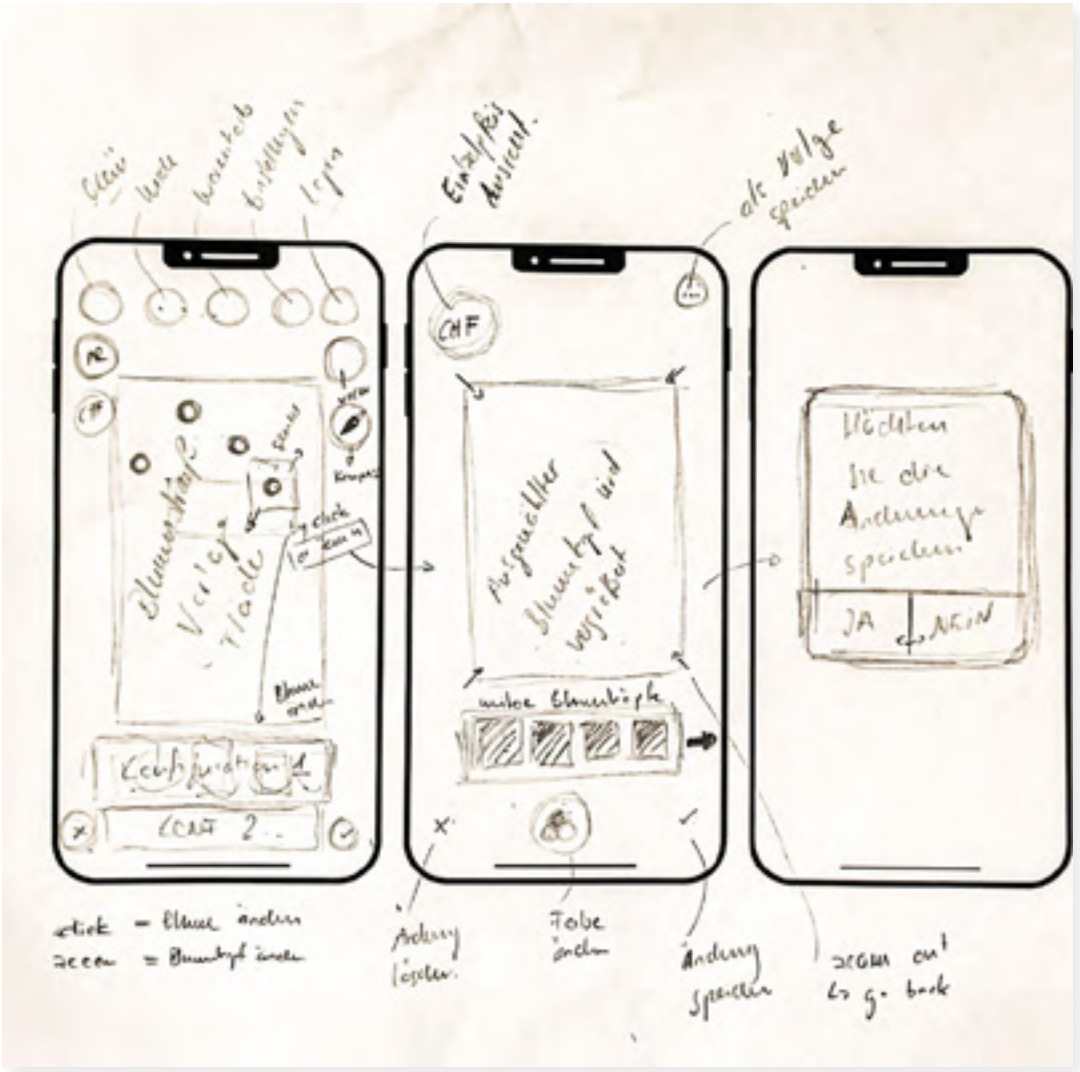
06. AR BLUMENSTRAUSS KONFIGURATOR

Wireframe Skizzen

Beim Wireframen der Web-App wurden einfache Mittel verwendet. Ein grobes Interface, um eine Struktur zu erhalten, reichte für den Anfang aus, um die Idee weiterzuverarbeiten. Aufgrund der Grösse des Smartphones wurde die Content-Fläche für die kreative Arbeit der Kunden bevorzugt und mehr Platz gelassen. Der Kunde soll betrachten können, was er gestaltet hat, dabei sind Menü-Punkte und Konfigurations-Icons zweitrangig.

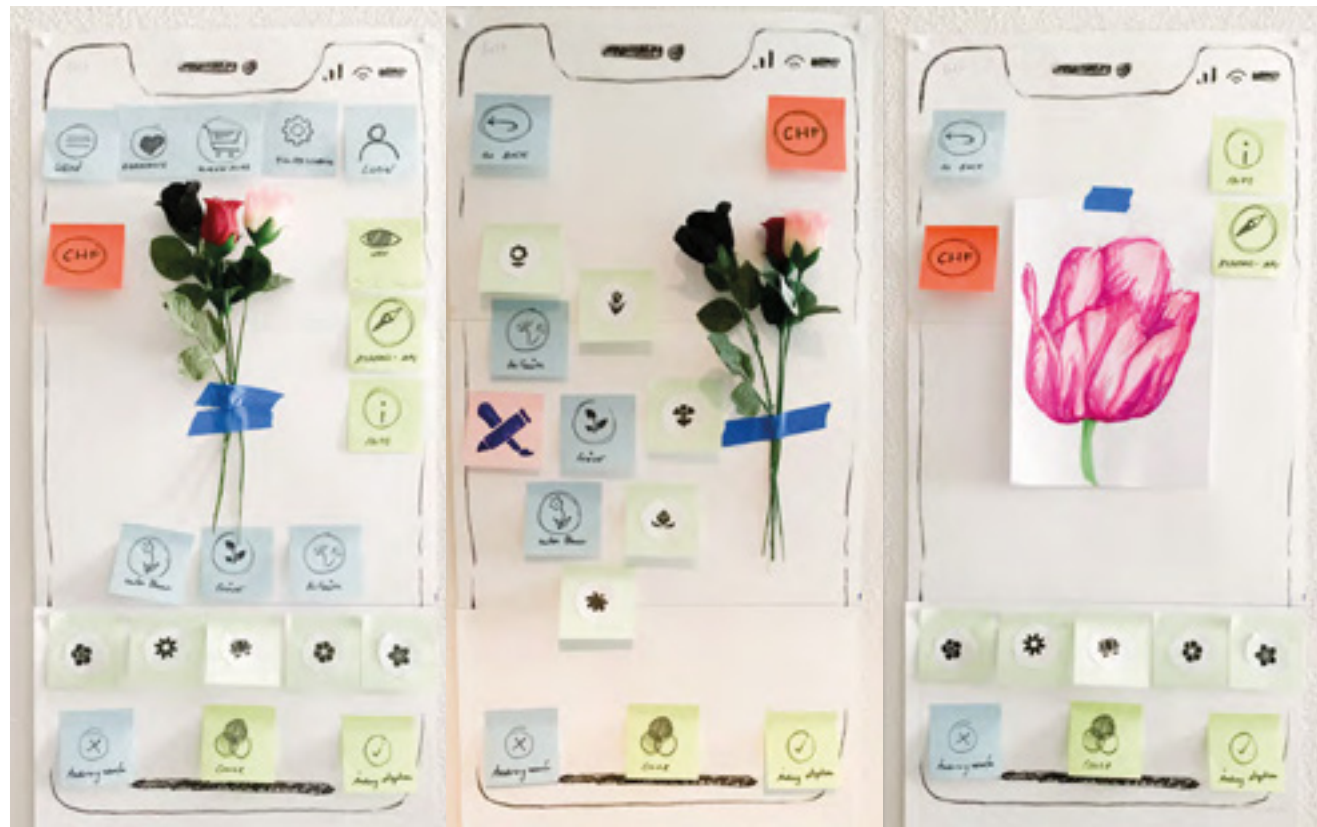
Auf die grobe Skizze folgte eine zweite für das Blumenfeld. Hierbei entwickelte ich das realitätsnahe Erlebnis. Die Blumenfelder werden nach dem Scannen des Raums dargestellt (Flächenmapping). Sobald der Kunde eine gewisse Distanz zu einem Feld aufbaut, entstehen Hinweise zu Gattung und Art, zu den aktuellen Preisen und Herkunft der Blumen. Die Interaktionen sollen mit gewohnten Fingerbewegungen ausgeführt werden, um die Benutzerfreundlichkeit zu gewährleisten. Der Kunde ist gezwungen, jede einzelne Blume, die er in seinem Blumenstrauß möchte, zu pflücken. Um das Pflücken zu erleichtern, werden die gewünschten Blumen nur angetippt.

Die Grösse der Skizzen erwiesen sich als problematisch, da man jedes Icon erneut zeichnen musste. Um das zu vermeiden und effektiver zu arbeiten, habe ich eine kreative Lösung entwickelt – den Papier Prototyp.



Papier Prototyp

Die kreative Lösung, das überdimensionale Papier-Smartphone hat die Grösse von drei DIN A3 Format-ten. Das Format der Post-It's entsprach annähernd jener der Icons. So musste ich von jedem Icon nur eine Version erstellen und konnte mehrere Testings absolvieren. Das Wireframe wurde immer wieder angepasst und anhand von Fotos festgehalten.



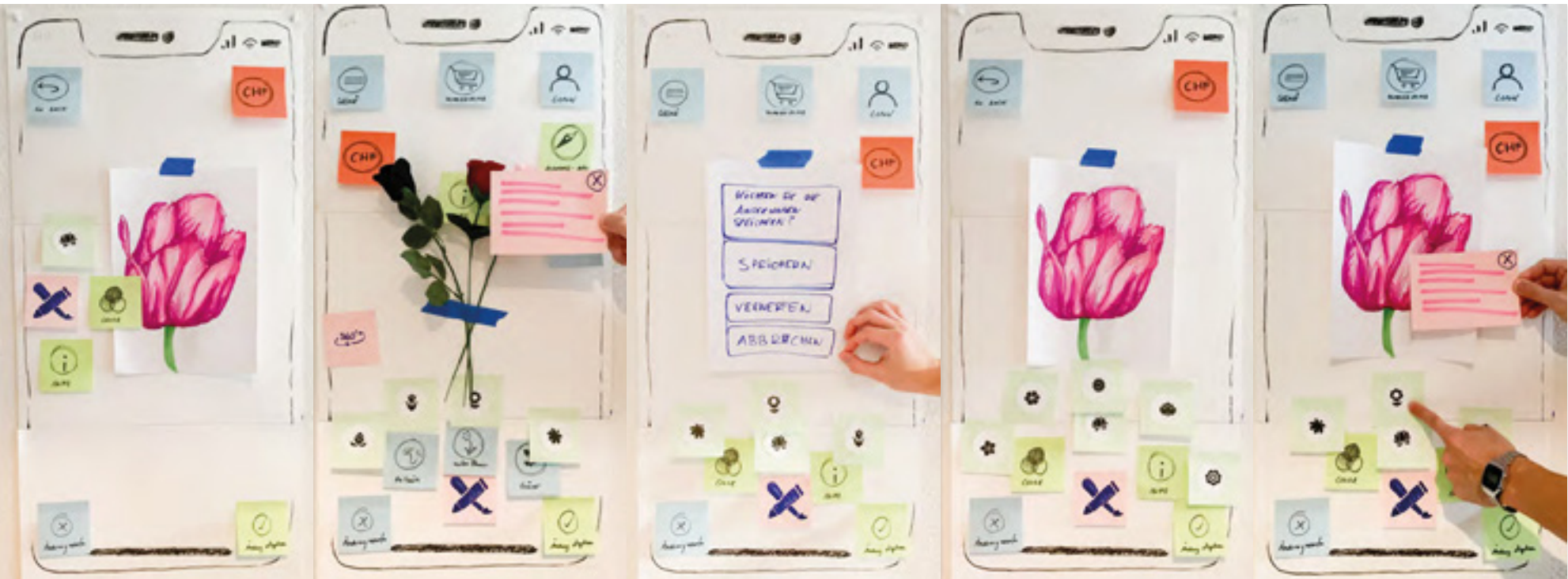
Papier Prototyp Testing

Das eigentliche Testing erfolgte mit einem unerfahrenem User, der das Interface zum ersten Mal sah. Dieser erhielt die Aufgabe: Konfiguriere eine Blume.

Als erstes wurde untersucht, ob das Interface selbsterklärend ist. Schon beim ersten Durchlauf musste das Interface verändert werden, da die Be-

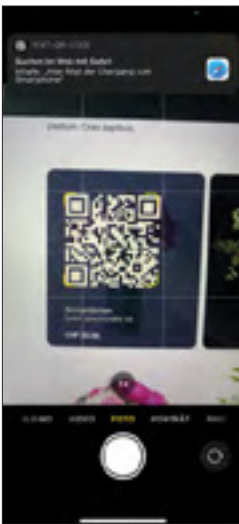
nutzerfreundlichkeit nicht gewährleistet war. Somit erarbeitete ich Hinweise, um den User bei der Konfiguration zu unterstützen. Desweiteren wurden verschachtelte und irreführende Funktionen entfernt und das Interface wurde übersichtlicher. Das Testing wurde immer wieder durchgespielt, bis der User ohne Probleme eine Blume konfigurieren konnte.

Das schnelle Testing auf dem Papier Prototyp war für mich eine sehr effektive Methode, um Unnötiges zu eliminieren und ein konkretes Wireframe zu erstellen.



Konkretisierte Wireframes

QR-Code



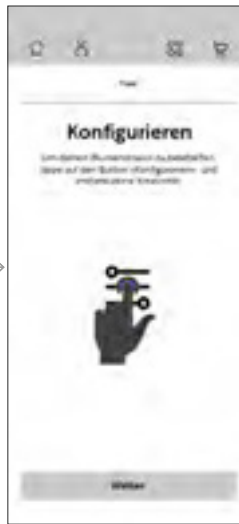
Start Screen



Übersicht der ausgewählten Vorlage

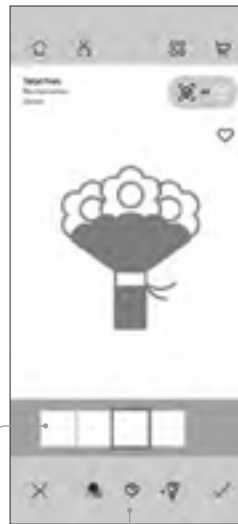
- Blumenname / Art / Gattung
- Preis inkl. MwSt.
- Produktinformationen
- Pflegetipps

Tipp zum Konfigurieren



Konfigurations-
screen

- Farbe des gesamten Blumen-
strausSES kann geändert werden



- Es werden nur Farben
dargestellt die auch von
dieser Blume existieren

→ Pseudo Blumensträuße
sind NICHT erstellbar

Konfigurations-
screen 2



Tipp
Blumen pflücken



AR Blumenfeld

- Option nur Inland Blumen
darstellen (SWISS MADE)



Der User befindet sich im
AR-Modus

→ Wechsel zwischen AR und 3D
(Objekt) möglich

Favoriten

- Zu Favoriten hinzufügen.
→ Nur mit einer Anmeldung
möglich



Hinweis erscheint beim Verlassen
des Konfigurators

Aufforderung
zum Login oder
Registrierung



Double-Opt-In Verifizierung

Konfigurierter
BlumenstrausS



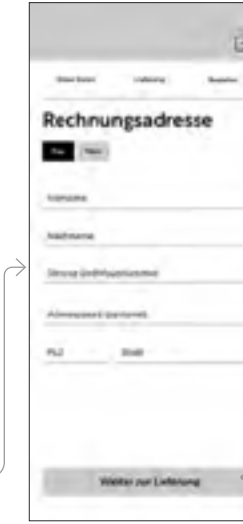
Übersicht des selbst erstellten
BlumenstrausSES

- Blumenname / Art / Gattung
- Neuer Preis inkl. MwSt.
- Produktinformationen
- Pflegetipps

Warenkorb



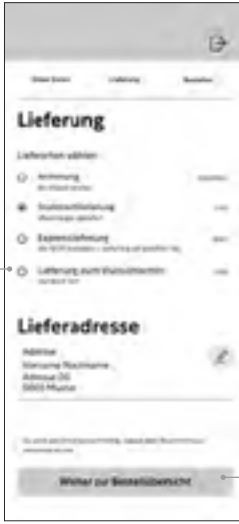
Daten
Rechnungsadresse



Beim Teilen erhält der
Empfänger den erstellten Blu-
menstrausS per Link der zum
Warenkorb führt.

→ BlumenstrausS kann vom
Empfänger wieder konfigu-
riert oder bestellt werden.

Lieferung
Lieferadresse



Blumensträuße für einen be-
stimmten Tag früher bestellen
und an diesem Tag liefern lassen



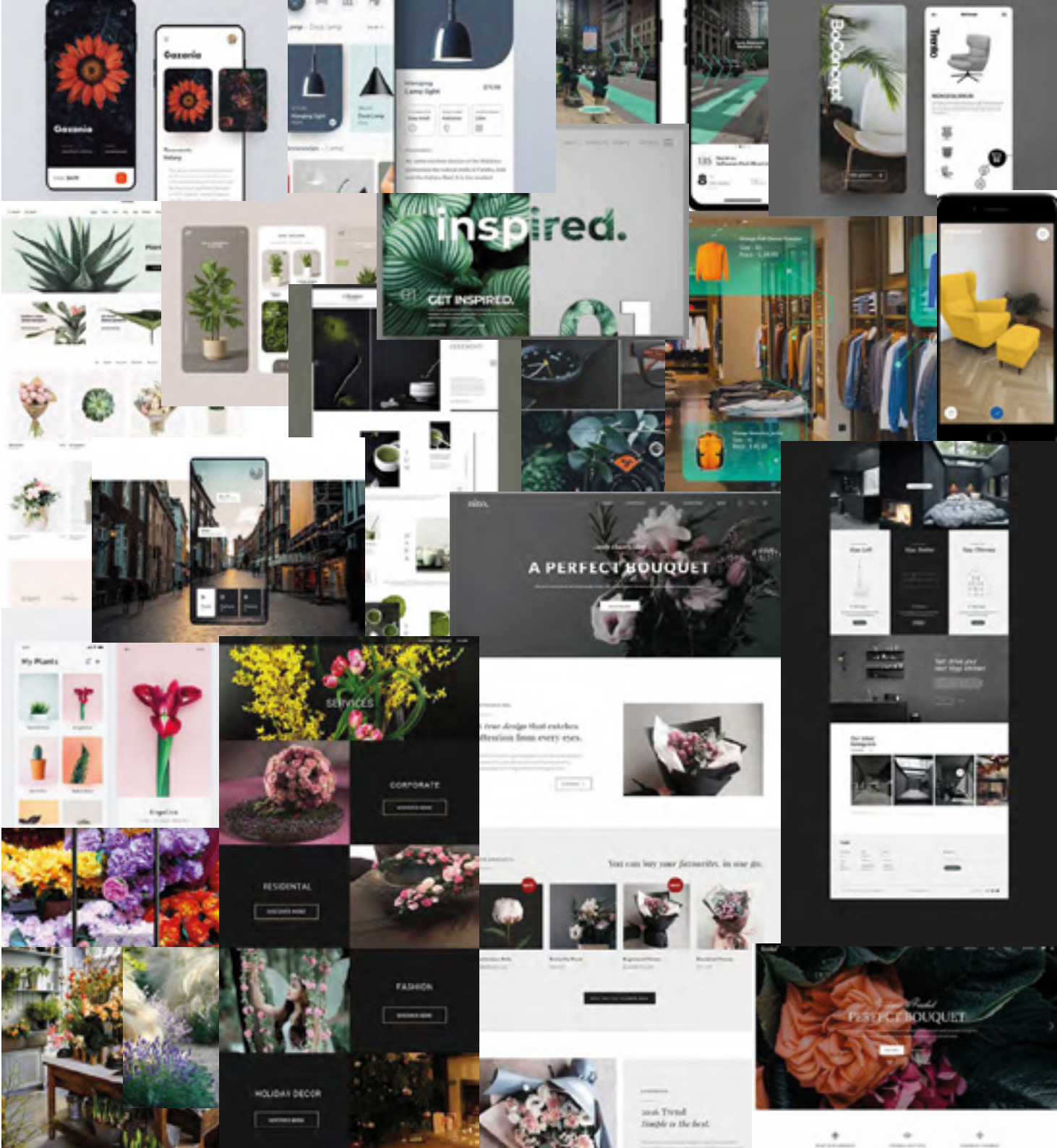
Detail Übersicht
Zahlung



Bestellung
zahlungspflichtig
aufgeben

Moodboard

Um ein Gefühl für die Blumenwelt und eine Inspiration für die darauf folgende Gestaltung zu erhalten, erstellte ich ein Moodboard mit verschiedenen Webseiten, Augmented Reality Anwendungen und Darstellungen von Blumensträußen.



UI Design Konzept

Das User Interface soll für die breite Zielgruppe benutzerfreundlich und verständlich sein. Um trotzdem im Trend des Dark Mode zu bleiben, wurde auf Kontrast und Lesbarkeit geachtet.

Logo

Das Unternehmenslogo wurde während der ganzen Arbeit nicht berücksichtigt und nicht verändert, da dies ausdrücklich so vermittelt wurde.

Typografie

Die verwendete Schriftart «Rustica» ist eine Open-Type Schrift, die von TipoType kreiert wurde und 18 Schriftschnitte umfasst. Sie ist in Adobe Font erhältlich. Diese Schriftart vereint Modernität und Dynamik und bietet eine gewisse Eleganz.

Farbwelt

Da wir uns in der Blumenwelt in einer sehr vielfältigen und bunten Farbwelt befinden, ist die Farbdefinition auf Hell- und Dunkelgrau reduziert. Die grüne Akzentfarbe kommt bei beiden Varianten gut zur Geltung. Sie trennt sich kontrastreich von der Bildwelt, sodass die Blumen klar in den Vordergrund kommen.

Buttons

Der primäre Button soll den User dazu animieren, ihn auch zu betätigen. Der sekundäre Button steht als Option und wird im Hintergrund gehalten. Text Buttons erhalten beim Klicken eine dezente Unterlinie und soll dem User zeigen, wo er sich gerade befindet, ohne ihn zu stören.

Die Icon Buttons machen sich nur beim Anklicken bemerkbar, damit der User beim Konfigurieren nicht abgelenkt wird.

Formular

Die Platzhaltertexte sind ausgegraut und verschwinden bei der Eingabe des Textes, wobei der eingebene Text seine volle Farbkraft erhält. Bei falscher Eingabe wird der Text mit der Akzentfarbe versehen und erhält ein zusätzliches Icon.

Icons

Die Hauptnavigation ist mit verständlichen und gängigen Icons gestaltet, um den User nicht zu verwirren. Die Konfigurations-Icons werden anhand von Animationen erklärt, um die Verständlichkeit zu erhöhen.

Animationen

Um die Interaktionen der Web-App und Fingersgesten verständlicher zu machen, werden zu Beginn der Konfiguration Tipps gegeben, die mit Animationen unterstützt sind.

Design System

Typography

Rustica (Adobe Font)



Headline 1

Thin

Headline 2

Medium

Headline 3

Light

HEADLINE 4

Medium

Headline 5

Medium

Body Copy

Semi- Light

One morning, when Gregor Samsa woke from troubled dreams, he found himself transformed in his bed into a horrible vermin. He lay on his armour-like back, and if he lifted his head a little he could see his brown belly, slightly domed and divided by arches into stiff sections.

Color

Color Theme



Primary Color



Secondary Color



Grayscale



Buttons

Primary Button



Text Button

Text Button

Text Button

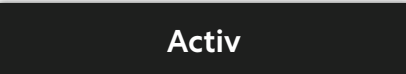
Radio Button



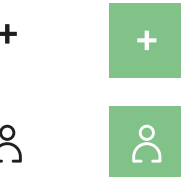
Checkbox



Secondary Button



Icon Button



Forms

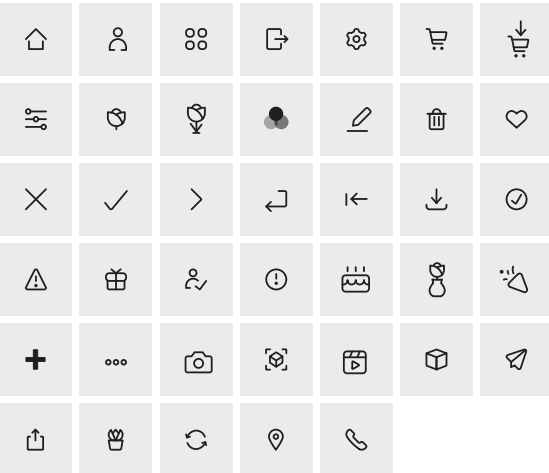
Placeholder

Input Text

Input Text

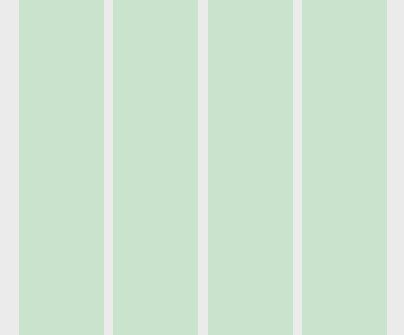


Icons

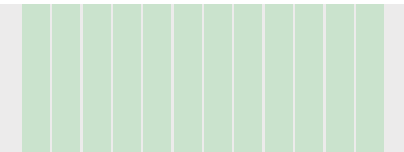


Grid

Mobile: 4 Columns



Desktop: 12 Columns



In Addition



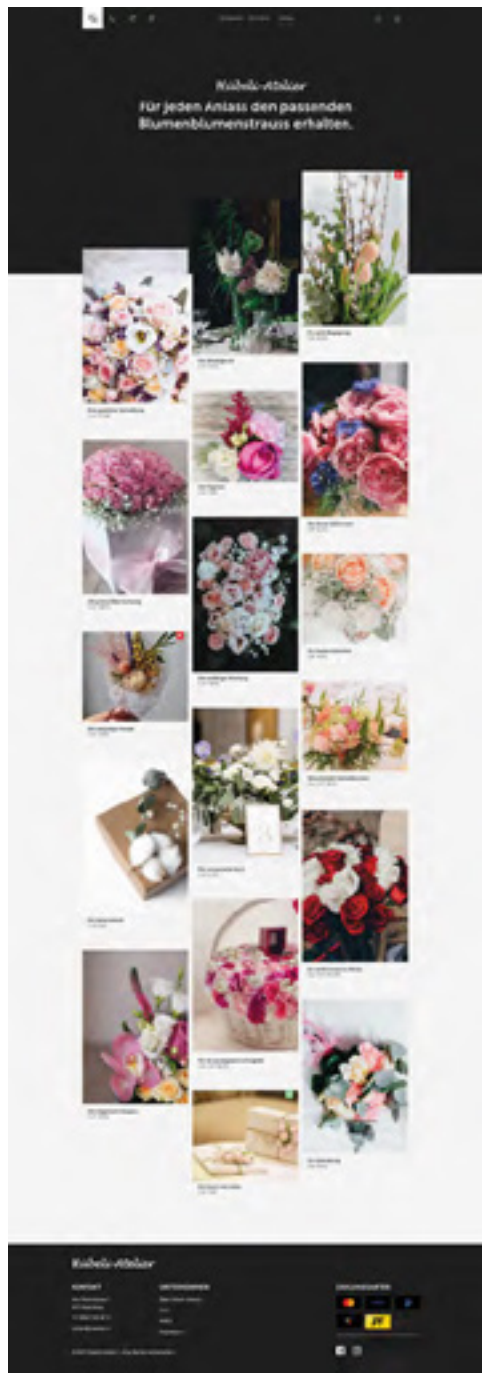
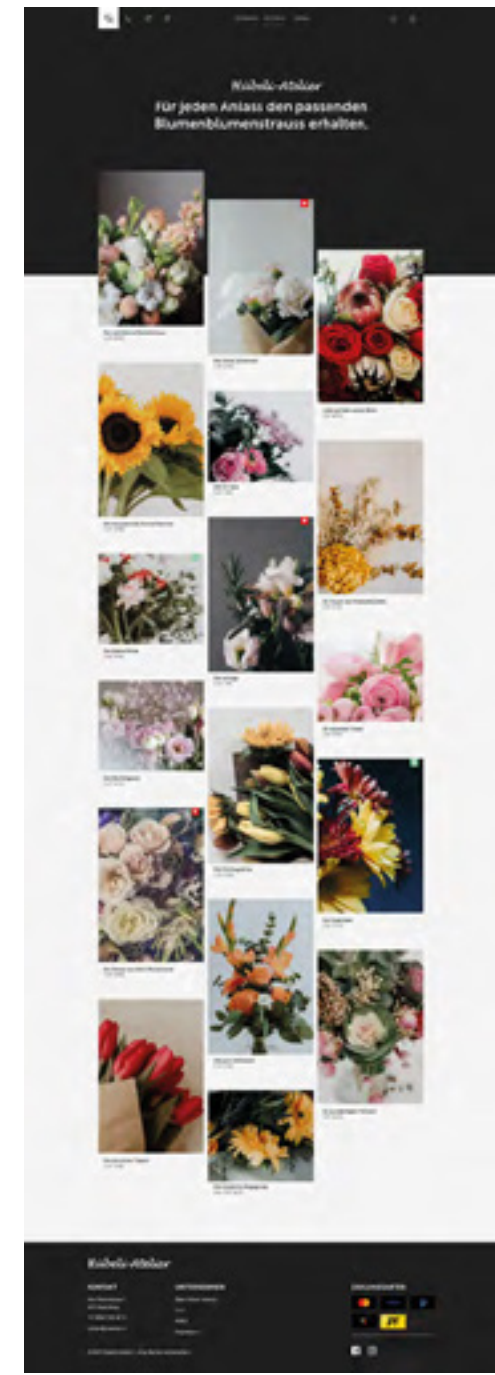
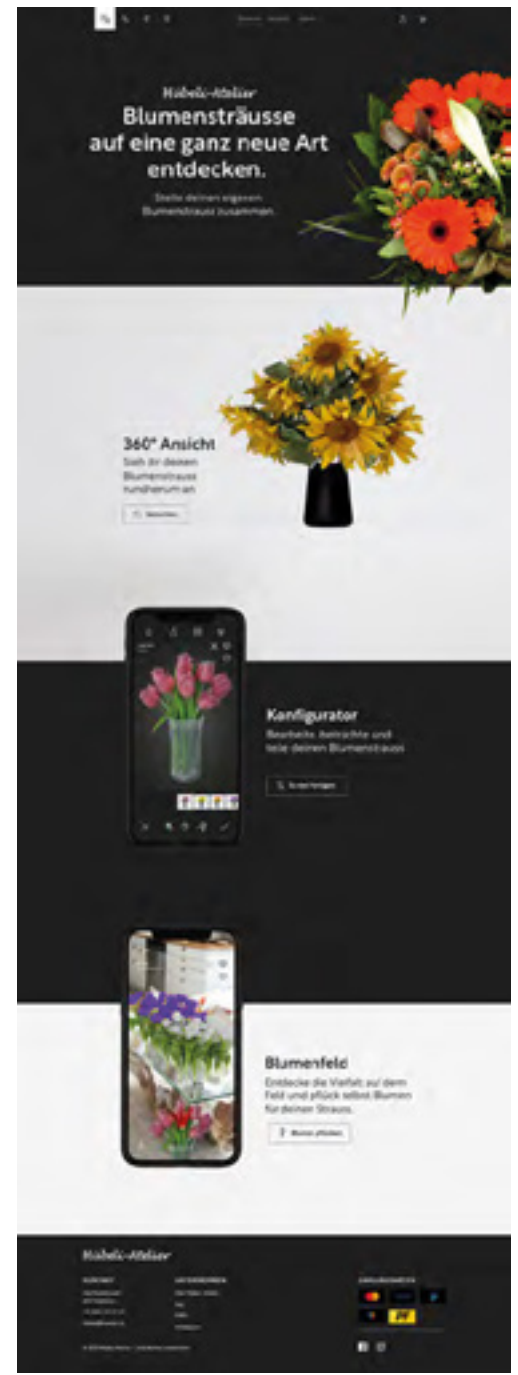
Desktop Design

Nach einem klaren Design System wurde die Gestaltung der Desktop-Anwendung wesentlich einfacher. Ich konnte die einzelnen Gestaltungselemente auf das neue Raster übertragen und wie Bauklötze zusammensetzen.

Um dynamischer aufzutreten, ist die Idee bei der Umsetzung einen Scroll-Parallax-Effekt einzubauen.

Das Hauptaugenmerk richtet sich auf den Konfigurator, dem Blumenfeld und der 360° Ansicht, die auf der Landingpage präsentiert werden. So wird der User nicht direkt zum Blumenstrauß Sortiment geführt, sondern dazu animiert, die neuen Möglichkeiten auch gleich auszuprobieren.

Schweizer Inland Blumensträuße sowie Blumen werden mit dem Label «SWISS MADE» gekennzeichnet. Somit erfülle ich das entscheidende Kriterium aus der Nachbesprechung der Umfrage nach schweizer Herkunft.



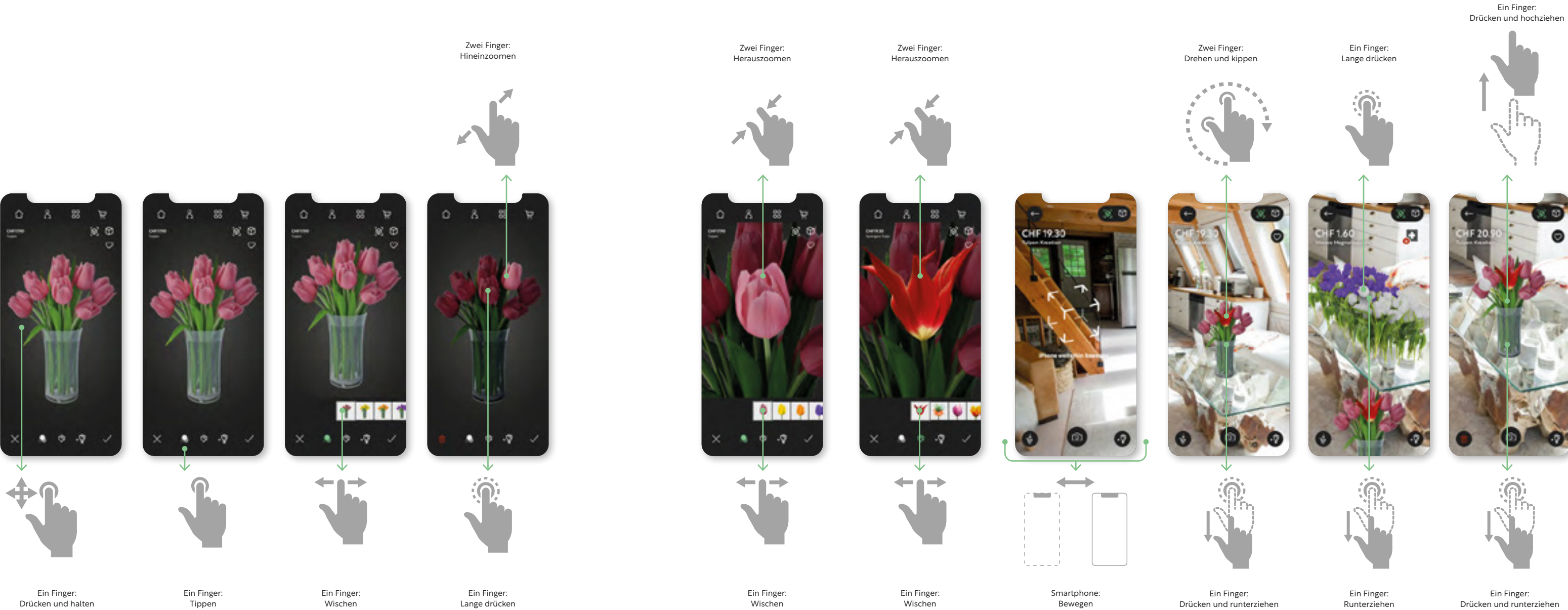
Interaktionen

Um die Bedienung des Konfigurators so einfach wie möglich zu machen, verwendete ich gängige Gesten, die täglich beim Benutzen des Smartphones zum Einsatz kommen. Die simpelste Geste – das Antippen – wird bei der Haupt- und Konfigurator-Navigation verwendet, um zwischen den Menü-Punkten zu wechseln.

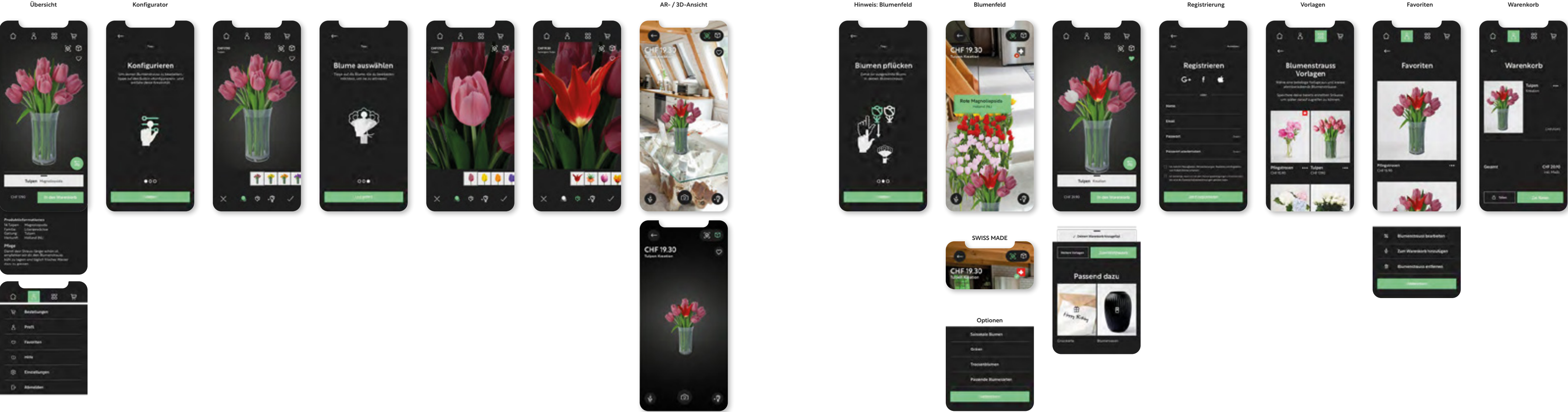
Den dargestellte Blumenstrauss kann man im 3D-Raum frei bewegen und drehen, so werden alle Seiten sichtbar. Dafür hält man den Blumenstrauss mit einem Finger gedrückt und kann ihn so bewegen.

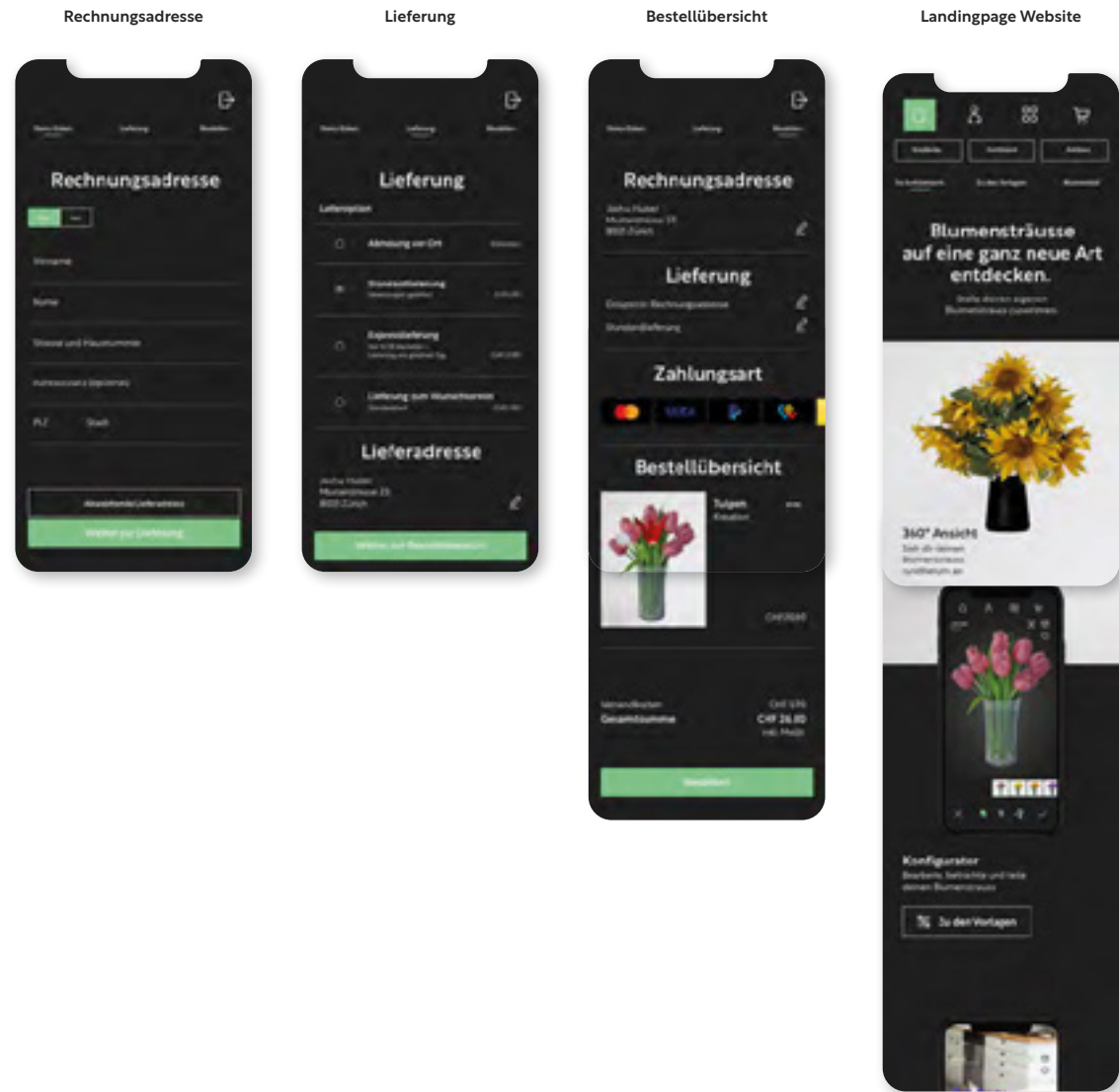
Um eine einzelne Blume verändern zu können, wird eine Blume lange gedrückt, bis die restlichen Blumen in den Hintergrund treten. Um die ausgewählte Blume zu vergrößern, wird sie mit zwei Fingern auseinander gezogen. Wenn man die Finger zusammenzieht, verkleinert sich die Blume wieder. Es wird der gesamte Blumenstrauss wieder sichtbar.

Im Blumenfeld wird durch das Hoch- und Runterziehen die Positon des Blumenstrausses verändert und zugleich wird das Blumenfeld ein- und ausgeblendet.



Prototyp





Zum Prototyp

Der interaktive Prototyp ist mit Adobe XD erstellt. Der QR-Code ist mit dem Link hinterlegt. Ich wünsche viel Spass beim Erstellen des eigenen Blumenstrausses.

07. Fazit

Die Reflektion und der Weg zum Ziel

Obwohl die Arbeitsschritte im Zeitplan vom Exposé klar definiert wurden, gab es deutliche Abweichungen aufgrund des eigenen Zeitmanagements. Mit vollem Elan begann ich mit der Research-Phase und hielt stets meine Motivation aufrecht, da ich von der Grundidee der Arbeit sehr überzeugt bin.

Mit dem Ziel vor Augen das bestmögliche Erlebnis für den Kunden zu schaffen, entwickelte ich meine Idee vom Konfigurator während des Design-Thinking-Prozesses weiter, bis ich beim totalen Stillstand, im Abgrund der Motivation und der strapazierten Nerven ankam.

Denn die Design-Iterationen binnen der Wireframe-Desktop-Anwendungsphase kosteten enorm viel Zeit und Mühe. Diverse Entwürfe wurden erstellt und immer wieder verworfen, da die Anforderungen das Konzept einer einfachen und übersichtlichen sowie modernen Gestaltung nicht erfüllten.

Die entscheidende Wende entstand während eines Gespräches mit meinem Partner, bei der meine Frustration deutlich zu spüren war. Plötzlich bemerkte ich, dass mein eigentlicher Fokus während der Diplomarbeit nicht der Desktop-Anwendung, sondern dem Konfigurator gelten sollte.

Mit frischer Energie wandte ich mich meinem neuen Ziel zu. Ich entwickelte meine eigene Methode – den überdimensionalen Papier-Prototyp. Dank diesem blieb meine Motivation bis zum Schluss gross. Die Prototyp-Entwicklung des sehr spannenden und interessanten Konfigurators mit zusätzlichen Features, wie dem Blumenfeld, bereitete mir enormen Spass. Ich habe richtig Freude an meiner Arbeit gefunden.

Die Erkenntnis

In meinen Augen ist die wichtigste gewonnene Erkenntnis aus dieser Diplomarbeit, dass man zu Beginn den Aufwand nur schwer abschätzen kann. Wie in meinem Fall war die Aufteilung der Prozesse im Exposé nicht einhaltbar. Denn es fiel mir schwer, zuerst eine Website zu gestalten und anschliessend noch eine Gestaltung für die Web-App zu erstellen. Während der Erarbeitung der Diplomarbeit bemerke ich einen erheblichen Denkfehler. Ich hätte von Anfang an zuerst eine gesamt Gestaltung erarbeiten müssen, um die einzelnen Bausteine auf die jeweiligen Devices zu übertragen. Leider kam mir diese Erkenntnis erst sehr spät. Ich musste anschliessend mit dem nun entstandenem Zeitdruck fertig werden.

Schlusswort

Mit dem Endresultat bin ich sehr zufrieden und überzeugt, die beste Lösung für meine Auftraggeberin erstellt zu haben.

Die Fortsetzung und der Ausblick

Diese Diplomarbeit wurde aufgrund der Bedürfnisse der Auftraggeberin erarbeitet und erstellt. Zurzeit ist es ihr aber finanziell nicht möglich, eine neue Website sowie einen Konfigurator mit diesem Ausmass in Auftrag zu geben.

Da es für diese Branche noch keinen Konfigurator in solch einer Ausführung gibt, sehe ich ein Potenzial, um diese Idee weiter zu verfolgen.

Abbildungsverzeichnis

Pinterest

<https://pin.it/jc24tuF>

Mockups

- <https://www.anthonyboyd.graphics/mockups/front-view-imac-pro-mockup/>

turbosquid.com

- <https://www.turbosquid.com/3d-models/3d-plants-pack-3:-ornamental-1516630>
- <https://www.turbosquid.com/3d-models/3d-20-grass-flowers-ground-1396164>
- <https://www.turbosquid.com/3d-models/wild-carrot-flowers-glass-jars-3d-model/996068>
- <https://www.turbosquid.com/3d-models/rose-pack-bush-model-1352618>
- <https://www.turbosquid.com/3d-models/3d-tulips-model/1056452>

Pexel.com

- <https://www.pexels.com/photo/bouquet-of-transvaal-daisies-in-vase-4041426/>

Pixabay.com

- <https://pixabay.com/de/photos/geburtstags-strau%C3%9F-blumenstrau%C3%9F-1499170/>
- <https://pixabay.com/fr/photos/bouquet-fleurs-des-roses-142876/>

- <https://pixabay.com/fr/photos/bouquet-de-mari%C3%A9-mari%C3%A9-mariage-3681610/>
- <https://pixabay.com/de/photos/blume-blumenstrau%C3%9F-rose-rosen-rosa-3215149/>
- <https://pixabay.com/de/photos/blumenstrau%C3%9F-rose-gesteck-hochzeit-4535508/>
- <https://pixabay.com/de/photos/hochzeit-blumen-blumenstr%C3%A4u%C3%9Fe-3930359/>
- <https://pixabay.com/de/photos/hochzeit-zeremonie-blumen-837409/>
- <https://pixabay.com/de/photos/blumen-tulpengarten-bl%C3%Bcte-56423/>
- <https://pixabay.com/de/photos/natur-blume-pflanze-tulpe-bl%C3%BCten-3335990/>
- <https://pixabay.com/fr/photos/la-nature-plante-fleur-tulipe-3414619/>
- <https://pixabay.com/fr/photos/tulip-tulipe-fleur-5113422/>
- <https://pixabay.com/fr/photos/bouquet-bouquet-de-mariage-table-1566272/>
- <https://pixabay.com/de/photos/strau%C3%9F-braut-blumen-brautstrauss-1851462/>
- <https://pixabay.com/de/photos/blumenstrau%C3%9F-blumen-liebe-rosa-4797730/>
- <https://pixabay.com/de/photos/bridal-brautstrauss-rose-393049/>
- <https://pixabay.com/de/photos/braultstrau%C3%9F-blumen-blumenstrau%C3%9F-2002921/>

- <https://pixabay.com/de/photos/braultstrau%C3%9F-braut-hochzeit-frau-3681610/>
- <https://pixabay.com/de/photos/braultstrau%C3%9F-strau%C3%9F-hochzeit-liebe-4090845/>
- <https://pixabay.com/de/photos/blume-natur-pflanze-blatt-sommer-3146629/>
- <https://pixabay.com/de/photos/blumenwei%C3%9F-blumenstrau%C3%9F-hochzeit-4775420/>
- <https://pixabay.com/de/photos/rose-orange-schleierkraut-3227908/>
- <https://pixabay.com/de/photos/rose-wei%C3%9F-waxflower-pink-edel-zart-3225991/>
- <https://pixabay.com/de/photos/rosen-blumenstrau%C3%9F-tisch-dekoration-1122398/>

seeklogo.com

- <https://seeklogo.com/vector-logo/89177/mastercard>
- <https://seeklogo.com/vector-logo/299317/visa>
- <https://seeklogo.com/vector-logo/383224/twint>
- <https://apps.apple.com/ch/app/postfinance-app/id386766642?l=en>
- <https://seeklogo.com/vector-logo/273787/paypal>
- <https://seeklogo.com/vector-logo/272825/apple>
- <https://seeklogo.com/vector-logo/249357/face-book-icon>
- <https://seeklogo.com/vector-logo/282176/instagram-new-2016-glyph>

- <https://seeklogo.com/vector-logo/268154/new-google-plus-icon>

Google

- https://www.google.com/search?q=purple-parrot-tulip-3809926_1920&client=firefox-b-d&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwja56KqprL0AhUJzYUKHUjACe8Q_AUoAnoECAEQBA&biw=1792&bih=969&dpr=2#imgrc=hTJbZ1vR9cNxRM
- <https://www.wallpaperflare.com/tulips-reverse-flower-plant-reverse-tulip-nature-turkey-wallpaper-zqlzo/download/640x1136>

Streamline Icons

- <https://app.streamlinehq.com/icons/streamline-mini-line>

Unsplash.com

- https://unsplash.com/photos/A_fBQe39A4k
- <https://unsplash.com/photos/mOYckvfl0Rc>
- https://unsplash.com/photos/UDXB7_WLDjY
- <https://unsplash.com/photos/IIRV8lDgjEE>
- <https://unsplash.com/photos/xQDXa56N6AM>
- <https://unsplash.com/photos/WoAa2qAtTVg>
- <https://unsplash.com/photos/PwWkzeJeJZE>
- <https://unsplash.com/photos/Ps5A2YFmleA>
- <https://unsplash.com/photos/WCkWG0HHNOM>
- <https://unsplash.com/photos/EPAKMwbGXVo>
- <https://unsplash.com/photos/fnlHKGHWa4g>
- <https://unsplash.com/photos/LNiFjndb-4g>
- <https://unsplash.com/photos/x7awkT-pLi4>
- <https://unsplash.com/photos/tODXQIEAh9M>
- https://unsplash.com/photos/_ShBPkQsbRg
- <https://unsplash.com/photos/QdxxpsBb62k>
- <https://unsplash.com/photos/KPBzrdPqRo0>

- https://unsplash.com/photos/7bVMdNYzH_8
- <https://unsplash.com/photos/mibjbNoS1XA>
- <https://unsplash.com/photos/nysCDwot01c>
- <https://unsplash.com/photos/6-12MRO2ru0>
- <https://unsplash.com/photos/LUYIJ6P2-8k>
- <https://unsplash.com/photos/TQSB-suJu1k>
- <https://unsplash.com/photos/4suxZjeCpYk>
- <https://unsplash.com/photos/0utRJ1mZoZg>
- <https://unsplash.com/photos/8yPA6ZYq0-s>
- <https://unsplash.com/photos/x4YEK7o8L0c>
- <https://unsplash.com/photos/nMsBGCxIHso>
- <https://unsplash.com/photos/KFOyQtJSZq8>
- <https://unsplash.com/photos/JZ5WREw9664>
- https://unsplash.com/photos/xCxpOUeXh_0
- <https://unsplash.com/photos/eo1QO6ZubkQ>
- <https://unsplash.com/photos/H5yiRXDUkto>
- <https://unsplash.com/photos/VbD6KaNCldw>
- <https://unsplash.com/photos/ZEn36ZMaloc>
- <https://unsplash.com/photos/WUrXahlyjBo>
- <https://unsplash.com/photos/ZsJJKe5RcTo>
- <https://unsplash.com/photos/IJq-FB-uJWo>
- <https://unsplash.com/photos/Q4QUeMbK4FQ>
- <https://unsplash.com/photos/ncQ2sguVlgo>
- <https://unsplash.com/photos/SlpHo3j5yOc>
- https://unsplash.com/photos/WBpr_yH0Frg
- <https://unsplash.com/photos/0utRJ1mZoZg>
- <https://unsplash.com/photos/s3AFTBZ3cnc>
- <https://unsplash.com/photos/0IsBu45B3T8>
- <https://unsplash.com/photos/HO5GJOnn06A>
- <https://unsplash.com/photos/nl5WAlXa9bs>
- <https://unsplash.com/photos/mmrwj-VV17Q>
- <https://unsplash.com/photos/LfT2t-E08kw>
- <https://unsplash.com/photos/4PhVHAtkCxQ>
- <https://unsplash.com/photos/5j4N82EXR0s>
- <https://unsplash.com/photos/Vxm213warDA>

- <https://unsplash.com/photos/e-OLt1iPY3Y>
- <https://unsplash.com/photos/mY9PK0C6QEY>
- <https://unsplash.com/photos/EbLX7oRo4vl>
- <https://unsplash.com/photos/qpOem3wkkW8>
- https://unsplash.com/photos/aKqw_M1Cmfl
- <https://unsplash.com/photos/A4YhZ3Fe6rA>
- <https://unsplash.com/photos/smZMIBbvFzo>
- <https://unsplash.com/photos/OuWeHz4lPZg>
- <https://unsplash.com/photos/295NLwGdrKM>
- <https://unsplash.com/photos/8yPA6ZYq0-s>
- <https://unsplash.com/photos/nMsBGCxIHso>
- https://unsplash.com/photos/AkGd_YB6Q2c
- <https://unsplash.com/photos/emKNOB8VsUk>
- <https://unsplash.com/photos/d1UPkiFd04A>
- <https://unsplash.com/photos/xmddEHyCisc>

Quellenverzeichnis

Hübeli-Atelier
<https://huebeli-atelier.jimdofree.com/>

Smart EQ fortwo
<https://www.smart.com/de/de/modelle/eq-fortwo-coupe/konfigurator?onlineCode=MN7WKH38>

Fielmann
<https://www.fielmann.de/brillen/>

McOptik
<https://www.mcoptic.ch/de/sonnenbrillen-kind-solaris-skcl-oval-grun-368163.html>

Flora Tina
<https://flora-tina.ch/>

Flower24
<https://www.flower24.ch/de/home/>

Feey
<https://feey.ch/>

Information zu Blumen
<https://de.wikipedia.org/wiki/Tulpen>

09.

Danksagung

Zunächst möchte ich an dieser Stelle all denjenigen Personen Danke sagen, die mich während der Anfertigung dieser Diplomarbeit unterstützt und motiviert haben.

Ein spezieller Dank gebührt meinen Mentoren Daniel Hunziker und Joely Tafari für die aufschlussreichen Mentorengespräche, Feedbacks und Inputs bedanken.

Zudem bedanke ich mich bei meinen Fachgesprächsmentoren Lukas von Niederhausern für den Bereich Augmented Reality und Joely Tafari für den Bereich Adobe XD.

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verfasst zu haben.

Basel, 04. Dezember 2021

Serife Günyar

