



# BUKWA

*Bachelor Dokumentation  
von Sandra Dagmar Kauer*

Matrikelnr. 00089512, Studiengang Mediendesign  
Wintersemester 15/ 16  
Service Design bei Prof. Torsten Stapelkamp

## BUKWA

Dieses PDF zeigt einen Ausschnitt aus der Bachelor-Arbeit von Sandra Dagmar Kauer, aufbereitet für das Kapitel "Studenten-Projekte" im Buch "Service Design is making sense" von Prof. Torsten Stapelkamp (Seite 200).

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei Sandra Dagmar Kauer. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Vervielfältigung egal mit welchem Medien und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

BACHELORARBEIT

an der Hochschule für Angewandte  
Wissenschaften Hof

Fakultät Wirtschaft  
Studiengang Mediendesign

vorgelegt bei Prof. Torsten Stapelkamp  
Kulmbacherstr. 76  
95213 Münchberg

vorgelegt von Sandra Dagmar Kauer  
Matrikelnr. 00089512,  
Wintersemester 15/16

# 1

EINFÜHRUNG

- 1.1. MOTIVATION
- 1.2. ZIELSETZUNG
- 1.3. METHODIK
- 1.4. ABGRENZUNG
- 1.5. ZEITMANAGEMENT

# 2

PROJEKTDEFINITION

- 2.1. IDEENFINDUNG
- 2.2. KONZEPTION

# 4

SERVICE PROZESS

- 4.1. BRAINSTORMING
- 4.2. NETZWERKE
- 4.3. MOODBOARD
- 4.4. STAKEHOLDERMAP
- 4.5. PERSONAS /  
COSTUMER JOURNEY
- 4.6. FLOWCHART
- 4.7. SERVICE BLUEPRINT
- 4.8. STORYTELLING

# 7

AUSBLICK

- 7.1. PRODUKTENTWICKLUNG
- 7.2. EXPANSION

# 8

PRÄSENTATION

- 8.1. PRODUKT
- 8.2. PLAKATE
- 8.3. SONSTIGES

# 3

RECHERCHE

- 3.1. ALLGEMEIN
- 3.2. EXPLORATIV
- 3.3. UMFRAGE

# 5

PRODUKT

- 5.1. MARKETING STRATEGIE
- 5.2. WIREFRAMES
- 5.3. PROTOTYP
- 5.4. SEO

# 6

ENTWICKLUNG

- 6.1. FORMFINDUNG
- 6.2. FARBFINDUNG
- 6.3. TYPOGRAFIE
- 6.4. LOGOENTWICKLUNG
- 6.5. MATERIALAUSWAHL /  
TECHNIK

# 9

ANHANG

- 9.1. IMAGEFILM
- 9.2. DOKU
- 9.3. BILDER

# 1.1. MOTIVATION

(1) Multigerät: Digitales Medium, welches Dienstleistungen wie : Kamera, Musik, Unterhaltung, Interaktionen, Kommunikationsmöglichkeiten, drahtlose Verbindung und Marktzugang ermöglicht.

Der Trend: die Nutzung von digitalen Medien; ist ein ständig wachsender und wandelbarer Markt, der mit seiner Personalisierung und Flexibilität überzeugt. Der Mensch ist durch den Besitz eines Multigerätes <sup>(1)</sup> in seinem Tempus gefangen, fühlt sich jedoch frei entfaltet. Der Nutzer landet in einer Abhängigkeit in der er gerne alles nutzt, was seinen Wünschen entspricht und sich auch mit dem vereinbaren lässt, was bereits in seinem Besitz ist.

Der Profit des Nutzers ist klar definiert, Alles in Einem vereint, und klar definierte Wege zum Ziel.

So komprimiert man alles in ein System und greift darauf zurück, wenn man es braucht. Denn Zeit ist bereits im bestehenden Jahrhundert eine kostbare Währung, wir schaffen mehr Zeit für primäre Wichtigkeiten, in dem wir sekundäres nebenher erledigen.

Auch ist der Markt nicht unschuld, will man mit der Zeit gehen und alle Funktionen weiterhin nutzen können will, muss man ein Update machen oder sich ein neues Endgerät zulegen. Auch im System herrscht das gleiche Prinzip: Updaten von Apps, weitere Anmeldungen in neuen Apps, Kaufverträge um neue Apps zu erwerben, welche mit anderen Apps oder Geräten kooperieren.

Mobilität heißt das Zauberwort und definiert auch das neue Statussymbol.

So auch die Tatsache, dass E-books ebenfalls ihre Vor- und Nachteile haben. Doch immer mehr Leser entscheiden sich für das digitale Exemplar. Grund ist der einfache Transport und die psychisch-entlastende Entscheidung der Buchauswahl,

welche es impliziert. Doch meistens werden auch hier wieder andere Features benötigt, um alles zu vereinen. Während die eine Hälfte Lesen muss, will oder kann, gibt es in der Generation-Y die „Aversionisten“, welche ihr Wissen, ihre Unterhaltung aus dem Internet oder Fernseher beziehen und das Buch liegen lassen.

Bereits in früheren Projekten beschäftigte ich mich mit Alltagsproblemen und fand es spannend konzeptionelle, studienorientierte und haptische Lösungsansätze zu finden und entwickeln um etwas sinnvoller zu machen und konzeptionell umzusetzen.

Diese Bachelorarbeit verfolgt ein konzeptionelles Ziel einer Service-Dienstleistung. Für den fiktiv erschaffenen Application Anbieter „BUKWA“ wird ein zukunftsorientiertes Gestaltungs- und Interaktionsprinzip entwickelt. Im Fokus hierfür liegt das individuelle Interagieren des digitalen Mediums mit dem Nutzer, um seine entstehenden Bedürfnisse zu befriedigen. Hierfür werden exemplarische Ansätze gezeigt, die einen ersten Einblick in die Innovation und die Technologie geben. Der Nutzer kann frei entscheiden, ob er die Anwendung On- oder/und im Offline nutzen möchte.

Durch diese App soll eine Zeitersparnis erfolgen und ein vereinfachtes Spektrum an Angebot und Funktionen zur Verfügung gestellt werden.

Neben dem Smartphone, stellen Tablets einen weiteren Alltagsgegenstand der technisch-affinen Generationen dar. Ein Tablet verfügt über die gleichen Möglichkeiten, sowohl im Kommunikationsbereich, als auch im Technischen. Der Unterschied besteht für den User lediglich in der Bildschirmgröße, ein Tablet - im Entwicklungsstand vom Jahr 2015 - hat einen größeren Display als ein Smartphone.

Um zuletzt ein gemeinsames Verständnis meiner Arbeit zu schaffen, sollen exemplarisch visualisierte Arbeiten und Anwendungsszenarien helfen.

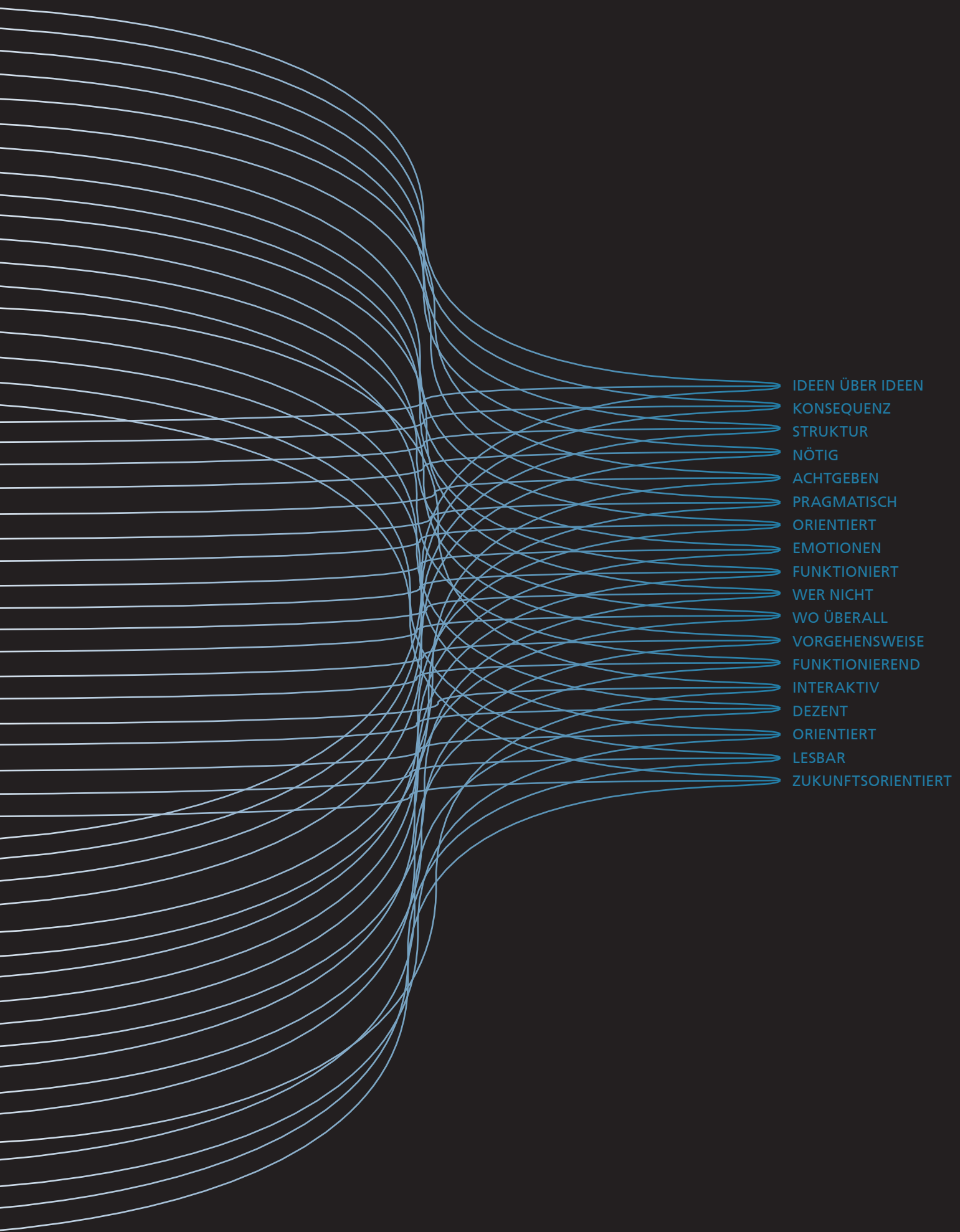
# 1.2. ZIEL SETZ UNG

# 1.3. METHODIK

Die Bachelorarbeit beschäftigt sich zunächst mit der Einführung in die Thematik, um zu erläutern um welche Ziele es sich handelt. Anschließend beginnt eine kleine Exkursion in die Projektdefinition welcher die Recherche folgt. Hierbei spielen Trends und Entwicklungen eine große Rolle. Dem folgt der allgemeine Service Prozess bestehend aus visuell nachvollziehbaren Darstellungen, und potentiellen Zielgruppen. Hierdurch wird eine klare Positionierung der App und ihrer Funktionen erkennbar. Ebenfalls werden erste charakterliche und inhaltliche Bezüge aufgelistet. Darauf folgend wird eine kurze Marketingstrategie erläutert und ein Cooperate Design basierender Prototyp angefertigt. Ein wichtiger Bestandteil der Bachelorarbeit ist ebenfalls die Entwicklung der gegebenen Farben, Formen und Typografie für diese Applikation. Zuletzt befasse ich mich mit den Möglichkeiten der Zukunftsperspektiven und gehe dabei auch auf die Vor- und Nachteile dieser ein.

Im letzten Kapitel gebe ich einen kleinen Ausblick auf die entstandenen Projekte für meine Bachelorausstellung.

THEMATIK  
ZIELE  
DEFINITION  
RECHERCHE  
ENTWICKLUNG  
FUNKTIONEN  
ANALYSE  
ANSÄTZE  
PROZESS  
ZIELGRUPPE  
MARKT  
STRATEGIE  
DESIGN  
POROTOTYPING  
FARBEN  
FORMEN  
TYPO  
VISION  
THEMATIK  
ZIELE  
DEFINITION  
RECHERCHE  
ENTWICKLUNG  
FUNKTIONEN  
ANALYSE  
ANSÄTZE  
PROZESS  
ZIELGRUPPE  
MARKT  
STRATEGIE  
DESIGN  
POROTOTYPING  
FARBEN  
FORMEN  
TYPO  
VISION  
THEMATIK  
ZIELE  
DEFINITION  
RECHERCHE  
ENTWICKLUNG  
FUNKTIONEN  
ANALYSE  
ANSÄTZE  
PROZESS  
ZIELGRUPPE  
MARKT  
STRATEGIE  
DESIGN  
POROTOTYPING  
FARBEN  
FORMEN  
TYPO  
VISION



IDEEN ÜBER IDEEN

KONSEQUENZ

STRUKTUR

NÖTIG

ACHTGEBEN

PRAGMATISCH

ORIENTIERT

EMOTIONEN

FUNKTIONIERT

WER NICHT

WO ÜBERALL

VORGEHENSWEISE

FUNKTIONIEREND

INTERAKTIV

DEZENT

ORIENTIERT

LESBAR

ZUKUNFTSORIENTIERT



# 1.4. AB GRE NZU NG

Da im Rahmen einer Bachelorarbeit viele Erkenntnisse und Lösungsansätze entstehen, verlangt der Zeitrahmen jener eine Eingrenzung auf das Wesentliche. Hierbei soll Idee, Konzept und Ansätze der Umsetzung aufgezeigt werden und kein fertiges Verkaufsprodukt entstehen. Somit dienen die verschiedenen Lösungsansätze und analysierten Probleme als beachtete Komponenten, welche jederzeit fortgesetzt werden können. Inhalt und Konzept mit exemplarischer Umsetzung, welche dem Verständnis dienen, stehen im Mittelpunkt meiner Arbeit. Somit wird bewusst auf eine Programmierung und dem erstellen eines CI's verzichtet.



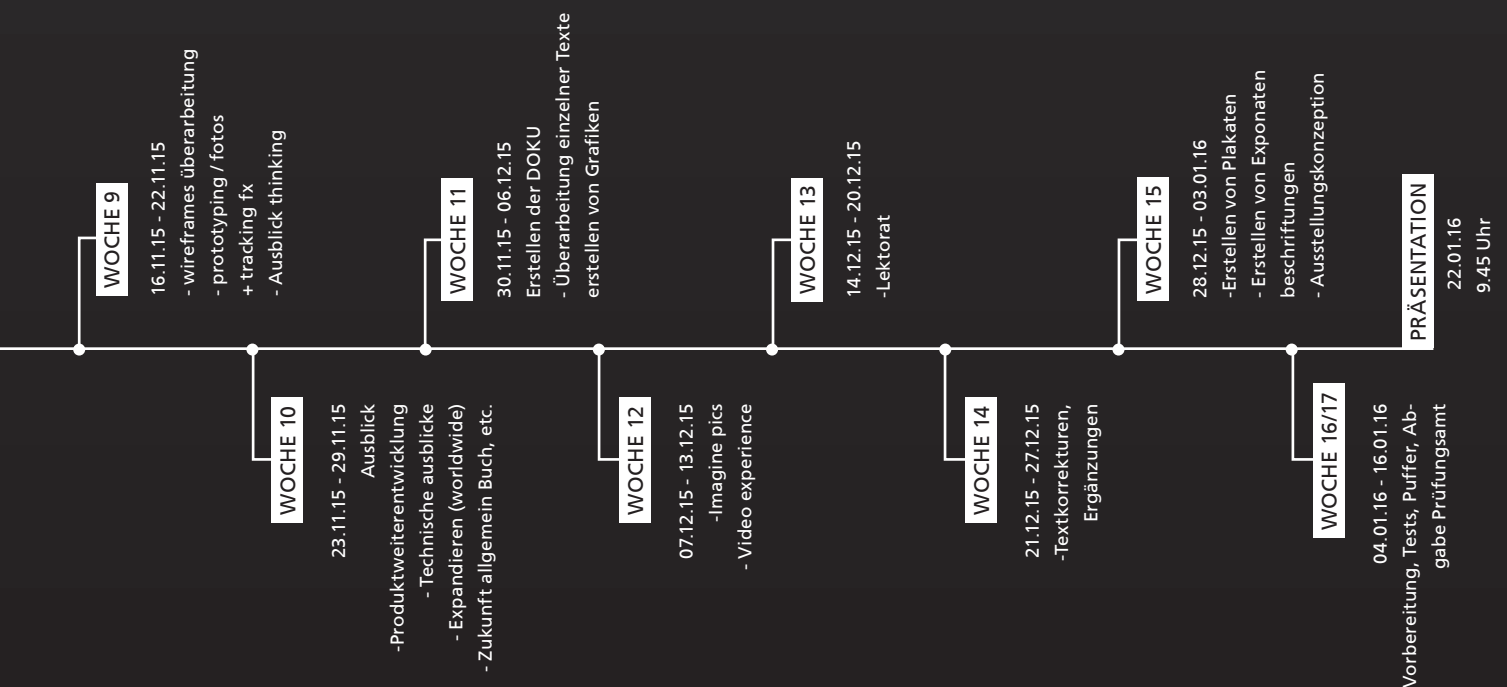
# 1.4. ZEIT MAN AGE ME NT

Insgesamt lässt sich die Planung der Bachelorarbeit in drei Bereiche einteilen.

Zunächst die **Recherche**-Phase, in der Analysen, Funktionsweisen und Trends im Fokus stehen.

Gefolgt von der **Konzeptionphase** in der Alles sinn- gemäß in Form gepresst wird.

Um letztendlich die exemplarischen Darstellungen in der **Ausarbeitung** zu schaffen.

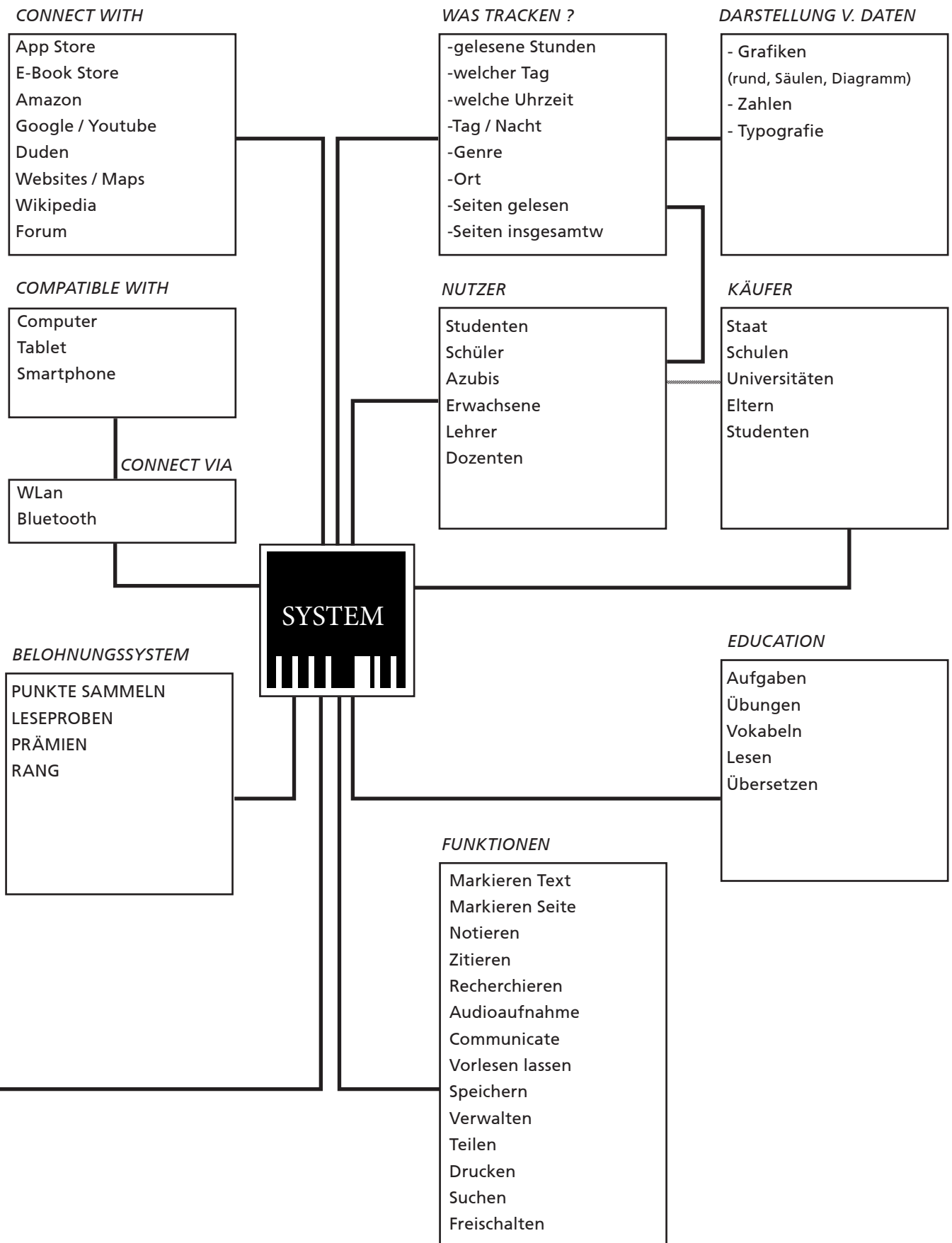


Bereits zu Beginn war es mir wichtig sich grob Gedanken über ein System zu machen. Was würde es brauchen, wie würde es funktionieren, von welchen Variablen ist es Abhängig und mit wem oder was Kooperiert es. Die Schwierigkeit bestand darin, eine realistische Bedingung zu schaffen, die gleichzeitig einen futuristischen Ansatz bieten würde.

Somit beschäftigte ich mich mit der Connectivity, der Kompatibilität, dem Tracken, Darstellen von Daten, den eventuellen in Frage kommenden Käufern und Nutzern, wobei ich explizit zwischen den beiden Parteien einen Unterschied mache, den Funktionen des Systems und einem Belohnungssystem. In späteren Schritten muss der Sinn, aufbauend der Konzeption getestet werden und selektiert werden, was wichtig ist.

Ich spreche absichtlich von einem System, da ich mich zu diesem Zeitpunkt nicht einschränken lassen möchte.





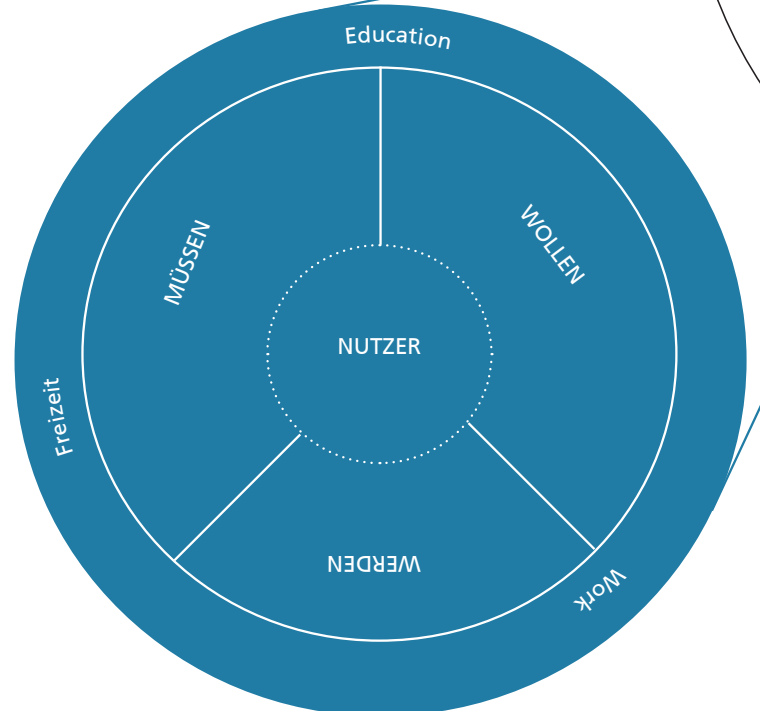
# 4.4. STAKEHOLDERM AP

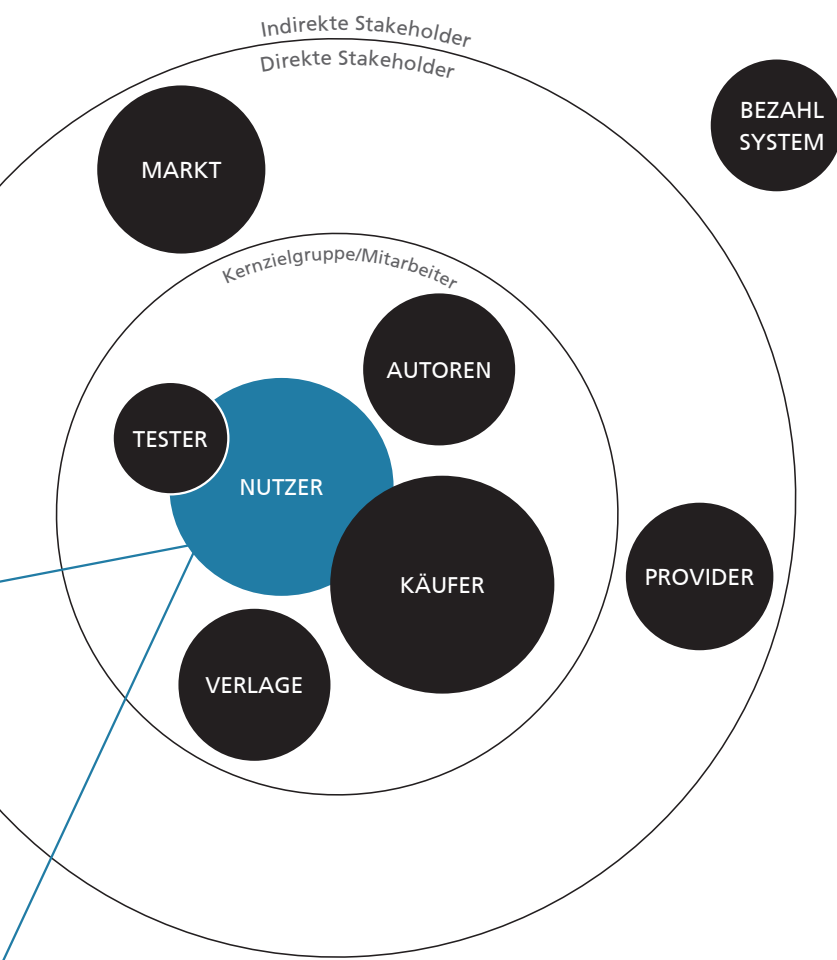
## STAKEHOLDER MAP

In der Stakeholder Map werden alle Komponenten, welche für die Service Dienstleistung als wichtig erscheinen visuell abgebildet. Anhand gesammelter Informationen lassen sich die verschiedenen Abhängigkeiten und Notwendigkeiten ablesen. Somit gilt es zu analysieren für wen primär die Application erstellt wird.

In erster Linie ist das Unternehmen dafür zuständig eine Dienstleistung zu entwerfen, welche den Wünschen des Nutzers entspricht und auf seine Bedürfnisse eingeht. In der heutigen Zeit bedeutet dies flexible Erreichbarkeit und Einfachheit im Handling, so dass der Kunde Spass bei der Anwendung hat. Man kann in diesem Fall auch zwischen Nutzer und Käufer unterscheiden, da dies nicht unbedingt die gleiche Zielgruppe sein wird.

Das Unternehmen ist Abhängig von seinen Kooperationspartnern, welche die Autoren und Verlage sind, denn von diesen bekommt „Bukwa“ seine Bücher. Anhand der Tester werden Kliniken durchgeführt, um das Produkt später auf den Markt zu bringen und der Käufer ein Produkt bekommt, welches seinen Ansprüchen gerecht wird. Der Kunde ist, wie bereits mehrfach erwähnt, der Käufer und der Nutzer.





Der Vertriebskanal ist hauptsächlich über die Applikation geregelt, dennoch ist es von Vorteil eine Responsive-Website anzu legen. Das Unternehmen ist mit der App 24-h im Einsatz und auch Erreichbar. Diese Dienstleistungen werden durch einen Provider zur Verfügung gestellt und auf dem Markt gebracht. Über ein Bequemes Bezahlungssystem wird der Kaufvertrag zum Klacks. Durch Promotion im Social Media Bereich, wird eine höhere Reichweite geboten und ist kaum noch Weg zu denken.

### Der Nutzer

Da der Fokus auf den Nutzer gelegt ist, möchte ich diesen noch kurz erläutern. Der Nutzer ist in eine der drei Kategorien einzuordnen. Entscheidet er aus freiem Willen und ohne Zwang zu lesen so gehört er der Kategorie „Freizeit,“. Geht der Leser in seinem Tun einer Verpflichtung noch so handelt es sich meist um einen Leser aus dem „Education“- oder „Work“-Bereich.

#### KÄUFER

STAAT  
SCHULEN  
ELTERN  
AKADEMIKER  
RENTNER  
NUTZER

#### MARKT

ITUNES/APPSTORE  
E-BOOKSTORES  
AMAZON  
GOOGLE PLAY  
BÜCHEREIEN  
SOCIAL MEDIA

#### BEZAHLSYSTEM

PAYPAL  
EINZUGSVERFAHREN  
KREDITKARTE  
RECHNUNGSABWICKLUNGSSYSTEM

# 4.5. PERSONAS // COSTUMER JOURNEY

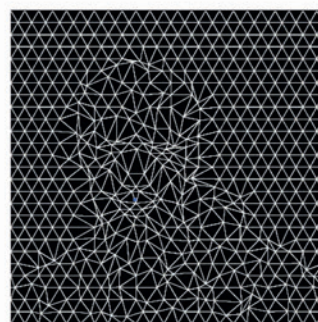
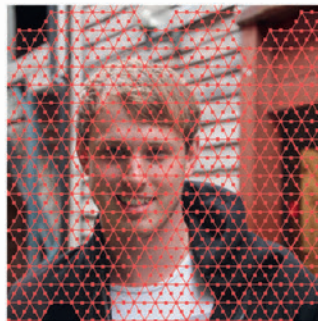
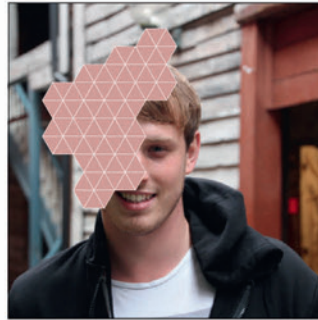
Um die entsprechende Zielgruppe zu definieren, ist es notwendig sogenannte Personas, also potentielle Nutzer zu definieren. Hierdurch bekommt das Projekt einen realen Bezug zur Wirklichkeit um die Application effizient zu realisieren und gestalten. Auch können Mitwirkende des Projektes einen persönlicheren Bezug zur Dienstleistung aufbauen, sodass sie sich oder Personen ihres Bekanntenkreises mit ihnen identifizieren. Hierfür werden folgende Faktoren einer Person aufgelistet/ benötigt:

- Profilphoto
- Name
- Alter
- Beruf
- Interessen
- Prioritäten im Leben
- Wünsche
- Ziele
- signifikante Charaktereigenschaften
- Anzahl von Büchern im Besitz  
(- Lieblingsbuch)
- Zitat / Statement

Zusätzlich wird im direkten Anschluss die Customer Journey, bestehend aus Ist- und Soll-Zustand, aufgestellt. Die eben genannten Zustände beschreiben die Veränderung des Wohlfühlens eines Nutzers im aktiven Prozess, wobei hier zwischen positiven,

neutralen und negativen Erlebnissen unterschieden wird, da diese klar erkennbar und definiert sind. Diese richten sich nach den einzelnen - vom Nutzer beanspruchten - Stationen (auch Touchpoints genannt), welche sich aus den (Dienst-)Leistungen des Unternehmens ergeben. Diese gewonnenen Erfahrungswerte der Ist-Situation sollen in erster Linie helfen, das Produkt / die Dienstleistung zu verbessern und den Prozess effizienter für die Soll-Situation zu gestalten.

# 4.5. PERSONAS // COSTUMERJOURNEY





# SPO RTL EHR ER



70 % SPORT  
10 % FERNSEHEN  
25 % LESEN



<b>N A M E</b>	MICHAEL MACHER
<b>A L T E R</b>	38
<b>B E R U F</b>	SPORTLEHRER
<b>L A G E</b>	GESCHIEDEN, 2 KINDER

**INTERESSEN  
FREIZEITGESTALTUNG**

Laufen, Tennis spielen, Self-Tracking, Touren mit Kindern unternehmen, Erlebnisse teilen, Kindern vorlesen, Essen gehen, Smoothies mixen, im Internet recherchieren, Online shopping

**BEDÜRFNISSE  
ERWARTUNGEN  
WÜNSCHE  
ZIELE**

Laufen, Tennis spielen, Self-Tracking, Touren mit Kindern unternehmen, Erlebnisse teilen, Kindern vorlesen, Essen gehen, Smoothies mixen, im Internet recherchieren, Online shopping

**PERÖNLICHKEIT**

Kommunikativ, Hinterfragt die Dinge, Vorbild für Kinder, Strebsam, trackt alles um Ergebnisse zu verbessern, recherchieren, Online shopping

**BÜCHERBESITZ**

4 Heimwerkerbücher  
6 Ernährungsbücher  
3 Kinderbücher

**AKTUELLES BUCH**

PETER HASE  
KINDERBUCH

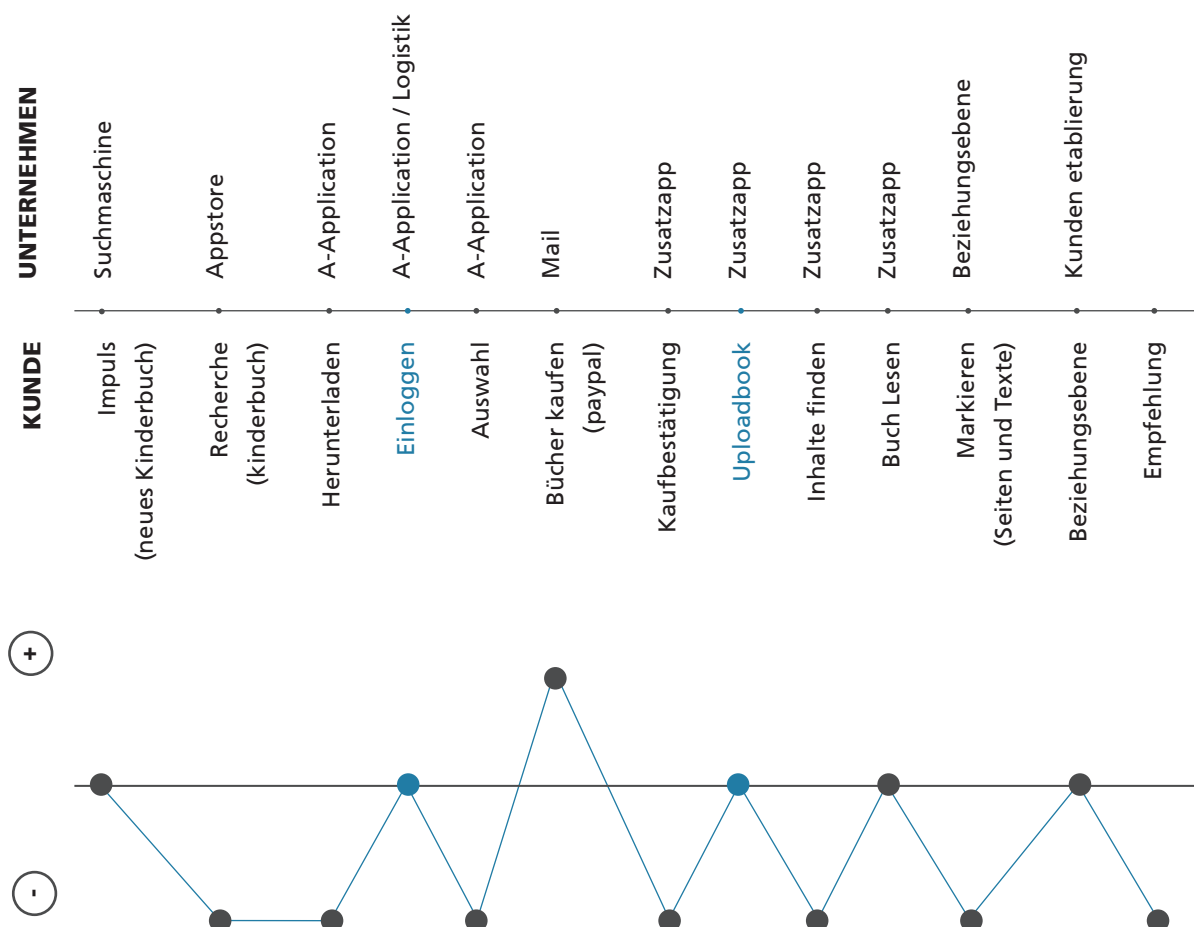
” Ich führe  
gerne ein  
bewusstes  
Leben und  
zeige den  
Anderen  
wie dies  
ganz ein-  
fach geht

“

# IST ZU STAND

Der Sportlehrer sieht Lesen ebenfalls als Sportart und nutzt bereits Ebooks zum lesen. Bei der Suche nach einem geeigneten Kinderbuch um den kreativen Vater zu spielen, muss er immernoch über Google Suchen und sich dieses Buch dann in Amazon anschauen. Für Amazon nutzt er die Tablet App. Dort kauft er ein Buch. Doch um dieses zu lesen benötigt er eine weitere App, die ebenfalls nach seinen Daten verlangt. Der Kauf erfolgt wie er es gewohnt ist. Als Bestätigung erhält er wie übliche eine Mail und das Buch erscheint in der

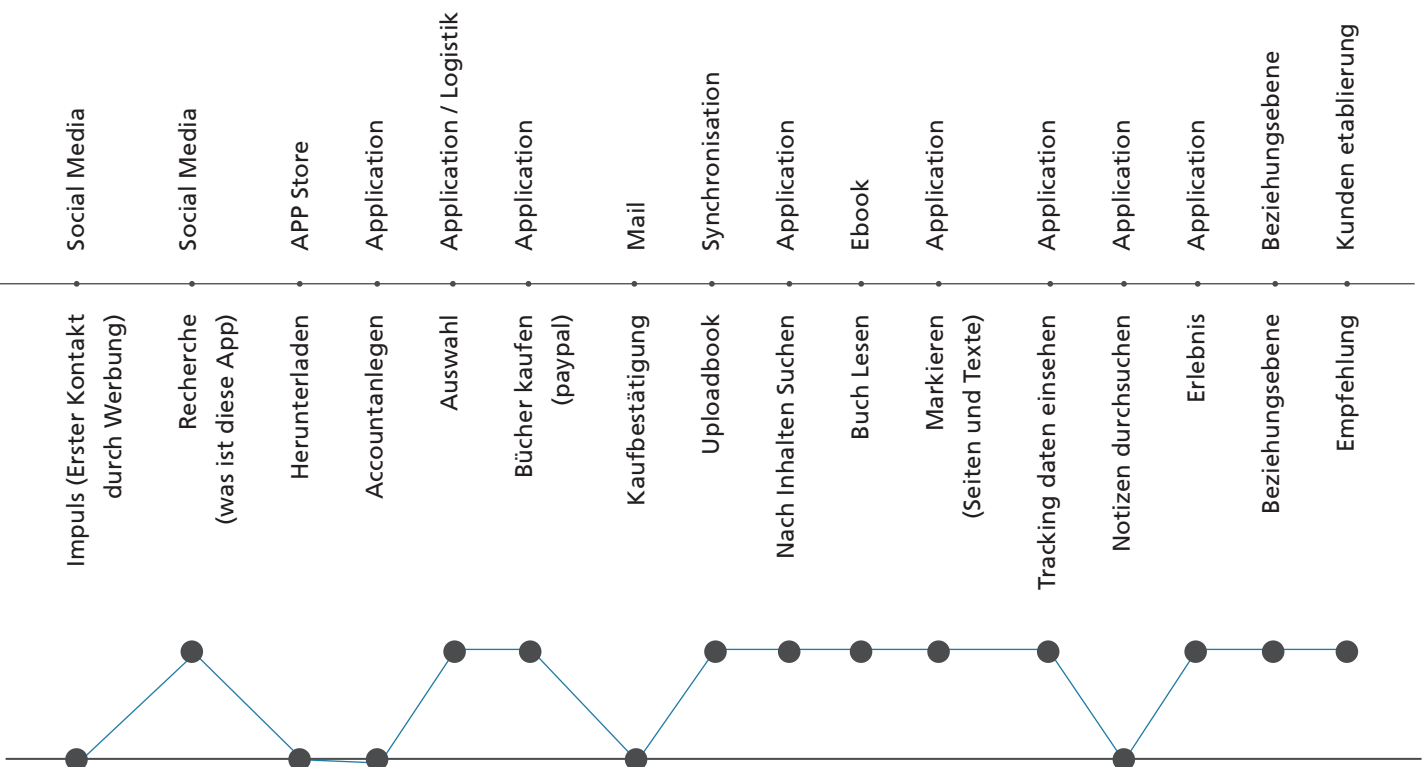
neuen App. Dort liest er dann das neue Buch in dem er sich Inhalte markieren möchte, dies ist jedoch nicht möglich ist. Jetzt hat er zwar einen Geschichteband, muss sich aber doch wieder alles mit der Hand schreiben.



In der Werbung entdeckt Michael und schaut erstmal über Facebook wer oder was die App ist, von dort aus gelangt er zur App Download page und installiert diese auf dem handy. Dort wird er im internen Shop schnell auf ein Buch aufmerksam und kauft sich dieses, die Kaufbestätigung erhält er über Email. Er ist regelrecht von der Auswahl und der Vorschau begeistert. Auch lädt er alte Ebooks in das System hinein. Das Lesen und damit Arbeiten macht ihm Spass und ist sinn voll. Die Stichpunktsuche hält er für sinnvoll,

schenkt ihr aber erstmal keine Beachtung da er die anderen Funktionen testen will. Ihm gefällt die App weshalb er seinen Freunden und Schülern davon erzählt.

# SOL LZU STAN D



# RENTNERIN



85% LESEN  
15% KOCHEN



N A M E	GERDA GEMÜTLICH
A L T E R	69
B E R U F	RENTNERIN
L A G E	WITTWE, 2 SÖHNE, 4 ENKEL

**INTERESSEN  
FREIZEITGESTALTUNG**

Enkelkinder besuchen,  
Kaffetrinken mit ihren besten  
Freundinnen, im Sessel Lesen,  
Gemüseanbau im eigenen Garten,  
Kochen, Telefonieren, in die  
Kirche gehen und singen

**BEDÜRFNISSE  
ERWARTUNGEN  
WÜNSCHE  
ZIELE**

Ihren Kindern bei der Erziehung hel-  
fen, noch schöne Momente mit der  
Familie erleben, in den Urlaub gehen,  
Weisheiten teilen, mehr Platz in der  
Wohnung  
schaffen

**PERÖNLICHKEIT**

Ungeduldig, leicht beeindruckbar,  
geht mit der Zeit, fürsorglich,  
fröhlich, belesen, vergesslich, nach-  
tragend, behutsam,  
belehrend, hinterlistig

**BÜCHERBESITZ**

36 Romane  
8 Dramen  
4 Atlanten  
14 Dokumentationen  
10 Kinderbücher  
8 Kochbücher  
viele Gedichtssammlungen

**AKTUELLES BUCH**

Asiatische Küchenkunst

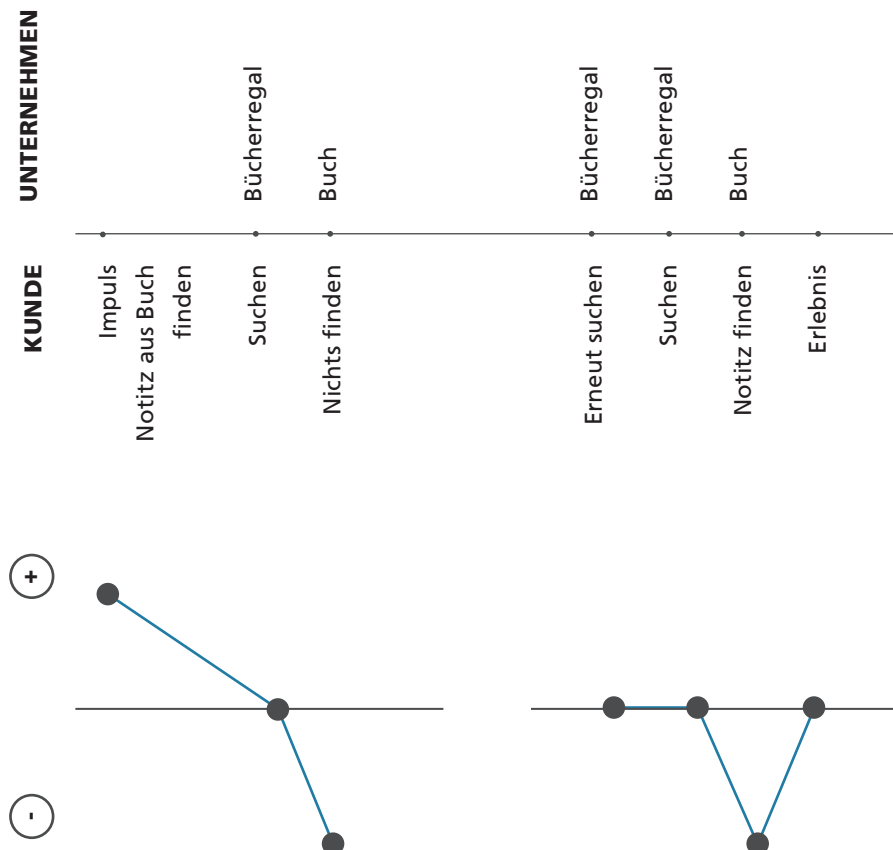
”

**Wir  
liebten  
beide das  
Lesen  
geliebt, da  
sammelt  
sich  
einiges an.**

“

# IST ZU STA ND

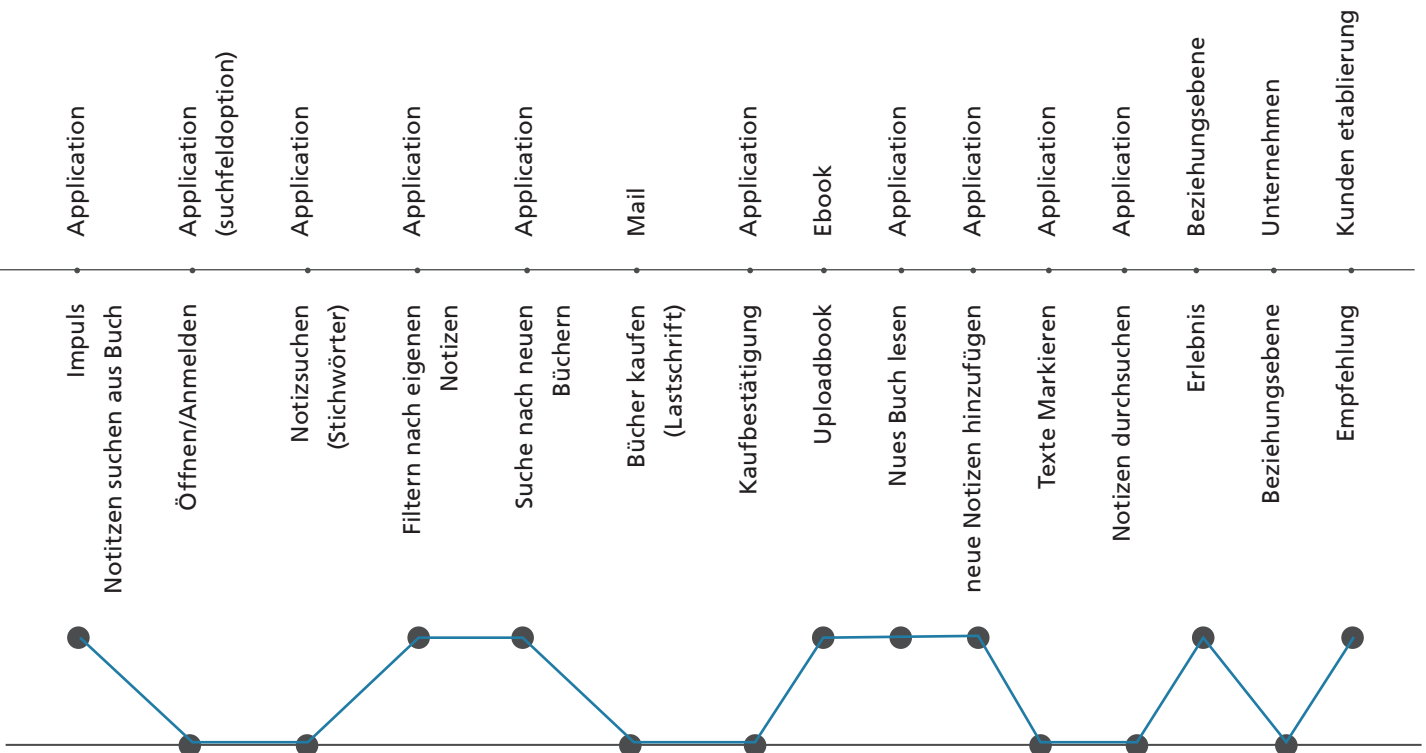
Die gute Gerda sollte man nicht unterschätzen, was die Technik angeht, sie hat immerhin schon ein Iphone mit dem sie und ihre Enkel immer Skypen können. Doch ihre Notizen, und Bemerkungen die macht sie ganz konservativ auf Post-It Zettel in das Buch. Als sie sich eine Notiz für ihren Enkel Igor heraussuchen will, findet sie einfach das Buch nicht mehr. Sie versucht sich zu Erinnern und durchforstet noch andere Bücher, vergebens. Der Tag ist für sie nun kein schöner mehr, denn sie ist wütent auf sich selbst, da ihr nicht Einfällt wo sie das schöne Gedicht gelesen hatte.



Von ihren Enkelkindern bekommt Gerda ein Ipad zu Weihnachten, das Handling fällt ihr einfach, da sie sich bereits mit dem Iphone auskennt. Sie öffnet die App „bukwa“ und freut sich über bekannte Bücher, welche ihre Kinder ihr schon auf das Gerät gespielt haben. Sie fragt, wo sie jetzt ihre Notizen hinkleben kann, und ist begeistert von einer Notizfunktion, welche sie auch Durchsuchen kann, sie hat kein Problem mit der Bezahlung von Büchern über die App. Sie ist überrascht, dass es wie ein Buch funktioniert, nur alles in einem

Gerät. Für sie bleibt ein Gerät ein Gebrauchsgegenstand und nutzt es nur wenn sie es braucht, deswegen bekommen ihre Enkelkinder immer noch die meiste Aufmerksamkeit. Ssie freut sich, dass Zeit beim Suchen spart.

# SOL LZU STA ND





# BAU LEI TER



35 % SPORT  
30 % FERNSEHEN  
35 % LESEN

N A M E	FREDDY FREUND
A L T E R	30
B E R U F	BAULEITER
L A G E	SINGLE

**INTERESSEN  
FREIZEITGESTALTUNG**

DIY Projekte bauen, Pinterest durchstöbern, Freunde treffen, Kino, Fussballspielen, Zeichnen, Handwerksbücher durchstöbern, seine Wohnung verschönern, auf Partys gehen

**BEDÜRFNISSE  
ERWARTUNGEN  
WÜNSCHE  
ZIELE**

einen eigenen Werkzeugschuppen, Wohnzimmerschrank reparieren, einen besser bezahlten Job finden, irgendwann eine Familie gründen und gemeinsam alt werden.

**PERÖNLICHKEIT**

Neugierig, gutmütig, herrisch, unentschieden, ehrlich, schmerzfrei, aufgeweckt, freundlich, psychisch belastbar, ruhig, zufrieden

**BÜCHERBESITZ**

21 DIY-Baubücher  
2 Cocktailbücher  
1 Kochbuch

**AKTUELLES BUCH**

PETER HASE  
KINDERBUCH

”

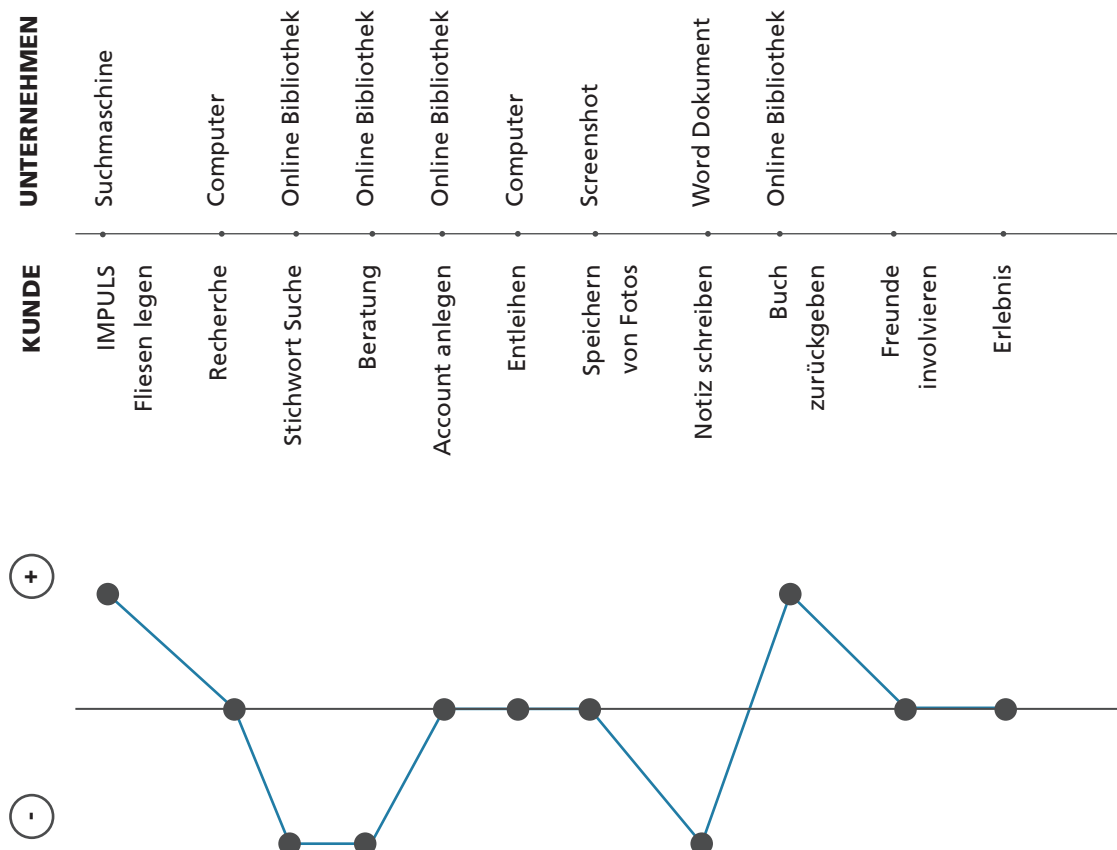
**Fast  
alles was  
ich bauen  
kann,  
habe  
ich aus  
Büchern  
gelernt**

“

# IST ZU STAND

Freddy Freund ist ein Freund der Technik, warum in die Bibliothek gehen, wenn er sich das ganze auch online als E-Book entleihen kann. Doch als er an dem Punkt kam, an dem er sich selbst Beraten musste, wünschte er, er wäre doch in die Bibliothek gegangen um eine Buchempfehlung, die auf sein Anliegen passt zu bekommen. Somit meldet er sich kurz an, und sucht sich ein beliebiges Buch herazs, welches er auch ganz leicht entleihen kann. In dem Buch findet er einen tollen Tisch, welchen er demnächst nach bauen will. Hirfür muss er einen Screenshot machen, diesen

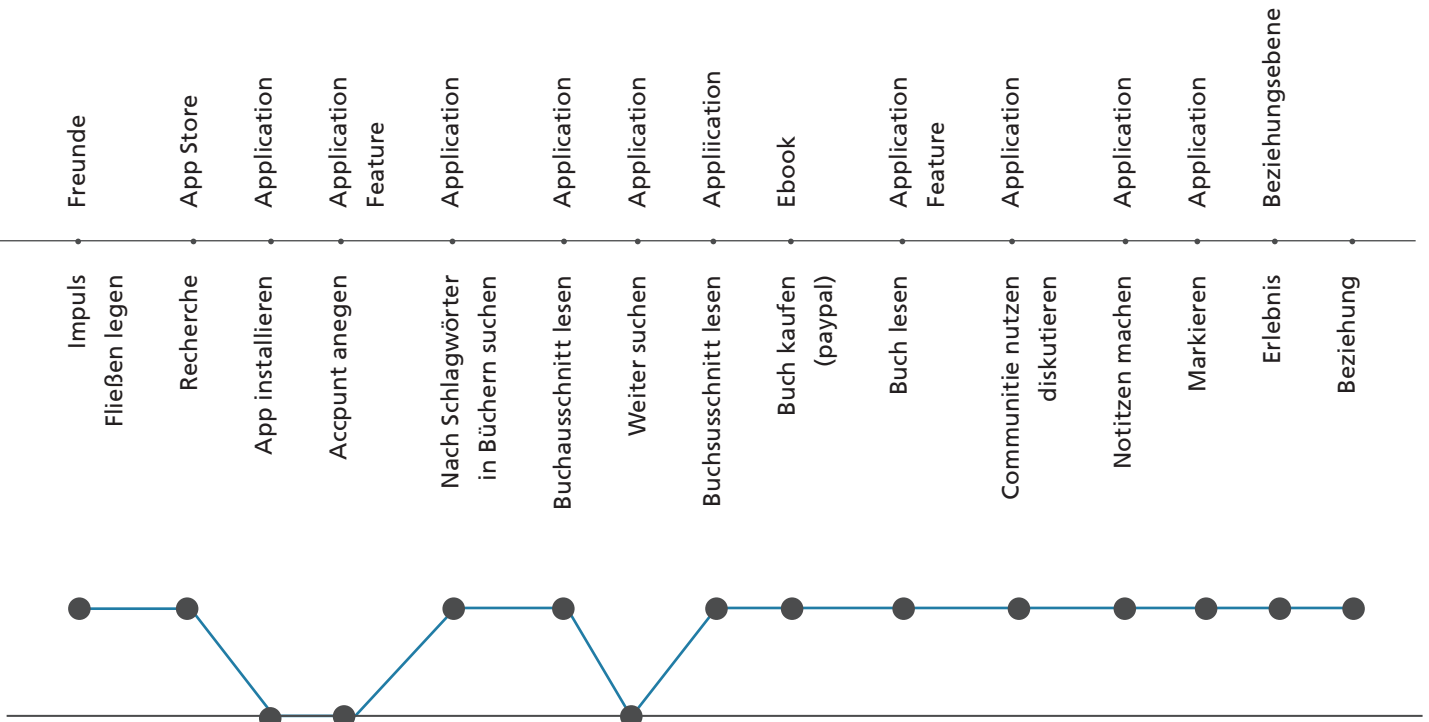
Speichern, seine Notizen ebenfalls separat behandeln und alles in einer Datei zusammenfügen, damit er es ausdrucken kann. Das Buch verliert automatisch nach Ablauf der Ausleihfrist die Zugriffserlaubnis, aber seine eigene Bauanleitung hat er sich irgendwie einfacher vorgestellt, vll schaut er das nächste mal gleich auf Pinteres.



Von Freunden hört Freddy von einer App, in der er selbst seine Notizen und Geschichten schreiben kann. Im Appshop findet er die App schnell, installiert diese wie Gewohnt und legt sich einen Account an. Nach dem Import einiger Baubücher sucht er nach seinen Wünschen und legt sich eigene Ordner an in denen er seine Anleitungen mit Bildern schreiben kann. Sehr Praktisch ist dass er immer sehen woher das Bild kommt, und kann zur Not nocheinmal einen schritt zurück gehen. Cool wäre es wenn jetzt auch noch einen CAD Plan

mit der App erstellen könnte, und wartet voller Freude auf ein Buch was diesen Wunsch erfüllt. Seinen Freunden erzählt er davon, darunter auch ein Anwalt der neugierig wird.

# SOLLZU STAND



# 4.5. FLO WCH ART

## DEFINITION

Flowchart ist eine Darstellung der Abläufe und Zusammenhänge der Prozessschritte, welche der Benutzer durchlaufen kann. Es ist wichtig, eine strukturierte Gliederung zu entwerfen, sodass sich der Nutzer nicht in einer Saggasse oder einem Labyrinth befindet. Der Nutzer soll sich schnell ein einfach Orientieren können, ohne lange über das System und die Logik nachdenken zu müssen.

Die auf den Folgeseiten abgebildeten Screens, zeigen Hierarchien zwischen den einzelnen App-Seiten und Verknüpfungen. Da die Grafik sehr groß geworden ist, habe ich sie ebenfalls als Poster beigefügt.

Die Grafik ist von Oben nach unten zu lesen. Es wird Unterschieden zwischen primären und sekundären Punkten und zwischen Inhalt und Verknüpfungen. Mehr hierzu kann der Legende entnommen werden.

## ANMELDEN

Zunächst einmal muss sich der Nutzer mit der Anmeldung beschäftigen, wobei er jeder Zeit die Möglichkeit hat, diese abzubrechen und mit einer Testversion weiter zu verfahren. In der Anmeldung werden die persönlichen Daten abgefragt. Wichtig ist hier eine Namenszuordnung und eine Bankverbindung. Abschließend bestätigt der Nutzer seine Anmeldung / Registrierung, in dem er die Richtlinien akzeptiert. Nun steht ihm die uneingeschränkte Nutzung des Systems zur Verfügung

## TESTVERSION

Diese ähnelt einer Demoversion, in der nur eingeschränkte Funktionen

zur Verfügung stehen und eine kleine Vorauswahl an Büchern mit exemplarischen Seiten stehen. Funktionen welche nicht funktionieren sind zum Beispiel:

- Transfer der Bücher von PC in die App
  - Kauf von Bücher im Shop
  - Das Versenden, Teilen von Notizen
- Impliziert werden hier natürlich auch die weiteren Vorgänge, welche die Funktionen und Aktionen mit sich bringen, wie z.B. das Abschließen eines Kaufvertrages über ein Buch, oder dem Löschen oder Ändern des eigenen Accounts.

## MAINPART

Die Hauptbereiche des Systems sind: Search, Library, Notes, Shop und Mainmenu. Von dort aus kommt man in die einzelnen Bereiche und Funktionen.

## SEARCH

Der Nutzer kann nicht nur nach Büchern und Autoren suchen, sondern auch nach Inhalten der Buchtexte oder der eigenen Notizen und Markierungen. Hierfür gibt es spezielle Filter, welche die Suche eingrenzen und erleichtern sollen.

## LIBRARY

Hier werden alle Bücher wie in einer Bücherei gezeigt. Wobei Gelesene chronologisch als erstes angezeigt werden, und Ungelesene zuletzt. Das Cover steht im Fokus, von dort aus gelangt man in das Übersichts-menü des jeweiligen Buches. In ihm werden die Merkmale des Buches aufgelistet, wie Autor, Titel, Inhaltsbeschreibung, Autorentest, Hintergrundwissen, Genre, etc, und Shortlinks geboten, wie zum Beispiel:

Zuletzt gelesene Seite, Notizen die zu letzt gemacht wurden, Diskussionen in der Community, das Eingeben von Hashtags und der Trackingdaten, welche auskunft über das Leseverhalten geben. So hat man die Wahl ob man in den Bereich des Buches gehen will, oder in den Bereich der Notizen um mit dem Buch zu arbeiten.

#### *NOTES*

Dieser Bereich unterteilt sich bislang in zwei Bereiche, einmal in die Notes, welche Buchbasierend sind und eigenen Notizblöcke. Wichtig für Menschen, die wissenschaftlich mit Texten arbeiten, ist das automatische Zitieren mit Quellenübernahme. Auch können jeder Zeit Audionotizen vorgenommen werden, so wie das Verstellen von Farbe, Größe und Form. Ebenfalls kann man sich immer die Ausgangsquelle anzeigen lassen und dort hin zurück kehren. Wichtig ist es, dass der Nutzer nur eine Begrenzte Anzahl von 1500 Zeichen aus dem Buch Zitieren und Teilen kann. Möchte er sich selbst rezitieren, so kann er dies einfach über copy / paste machen. Um das Zusammenlegen einzelner Zitate und Notizen zu vereinfachen, kann der Nutzer sich die Entsprechendem Texte markieren und an ein eigenes Notizbuch schicken. Ausdrucken, per Mail senden, kein Problem. Die Funktionen der Bereiche sind fast identisch, sodass es keine Missverständnisse gibt.

#### *SHOP*

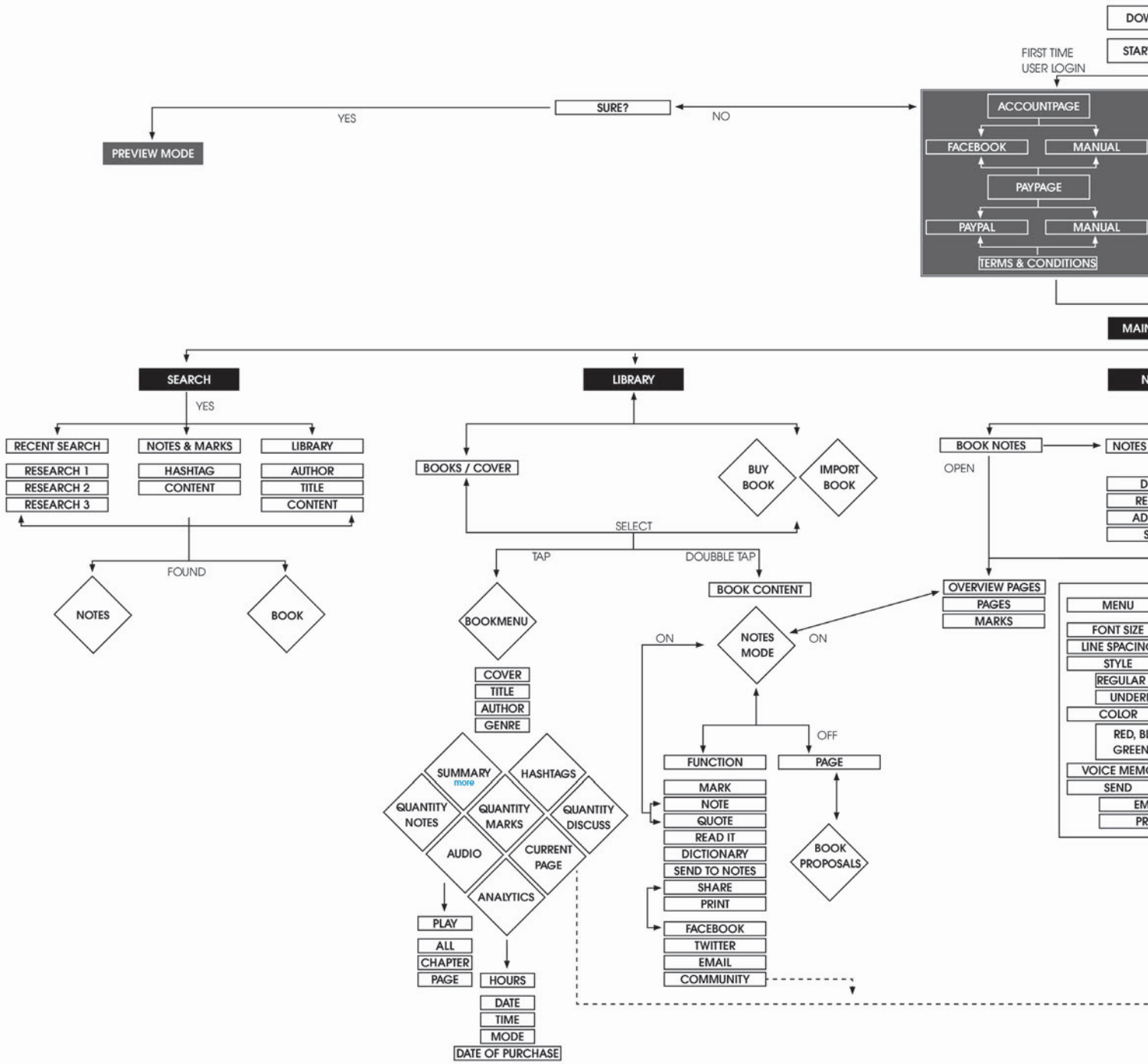
Der Nutzer kann sich entweder seine Books vom PC in das System laden, oder im Buchshop Exemplare erwerben. Es gibt verschiedene Arten ein Buch zu finden, einmal über die Wortsuche, über die Filterung nach Genre, Preis und letzter Suchen. Auch die

letzten Käufe und Favoriten können eingesehen werden. Der Communitybereich befindet sich ebenfalls mit im Shop, da man nur an Diskussionen der Community teilnehmen kann, wenn man das entsprechende Buch gekauft hat. Im oberen Bereich wird immer ein Buch vorgestellt. Darunter befinden sich Vorschläge betreffend der eigenen Library darunter die Vorschläge der neuen Bücher. Über die Bücher gelangt auf die jeweilige Kaufseite des Buches.

#### *MAINMENU*

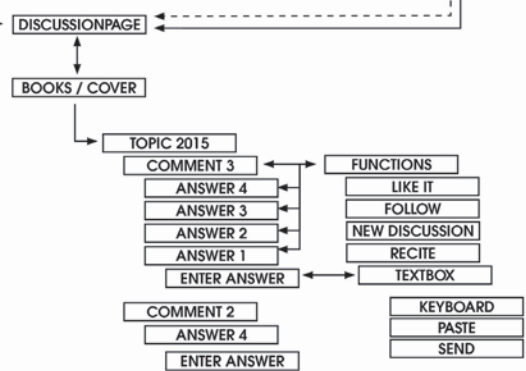
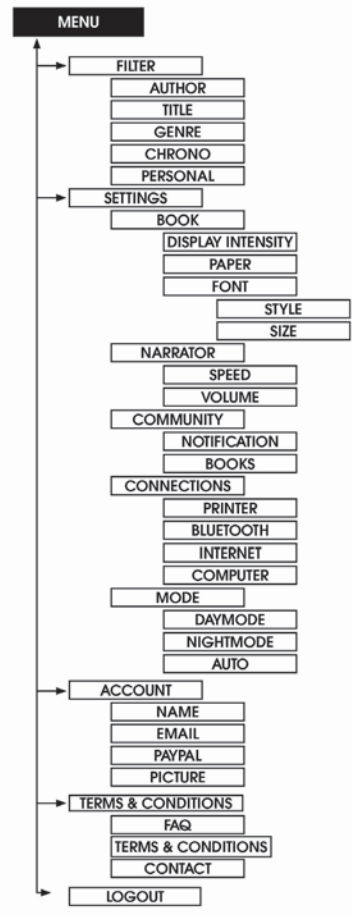
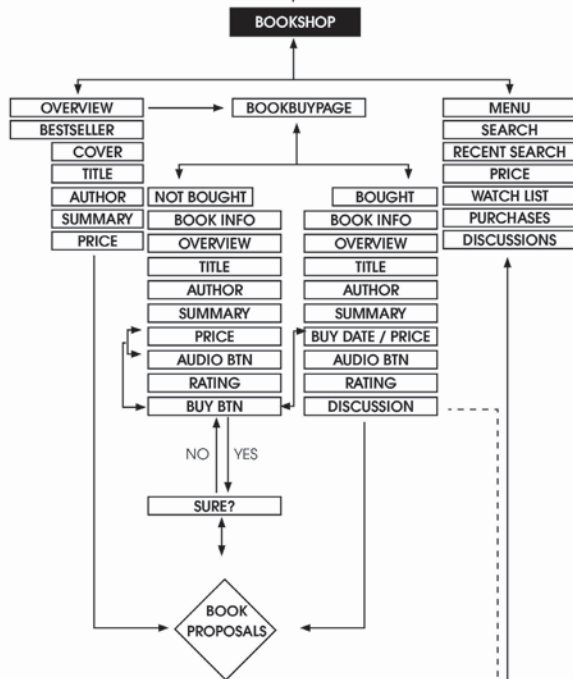
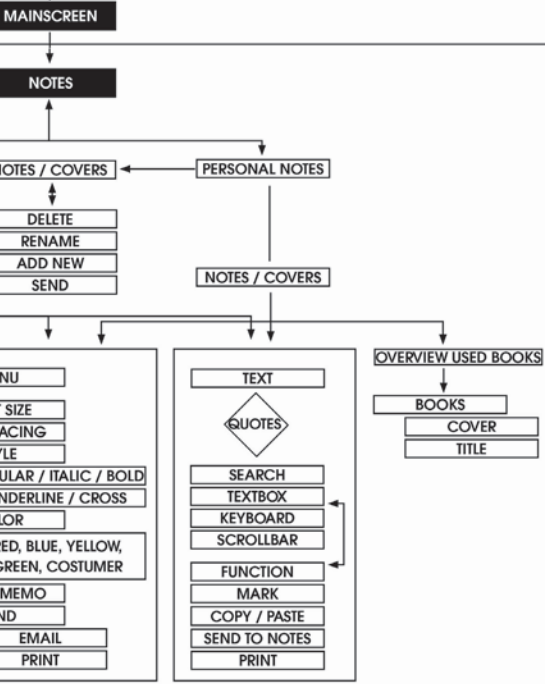
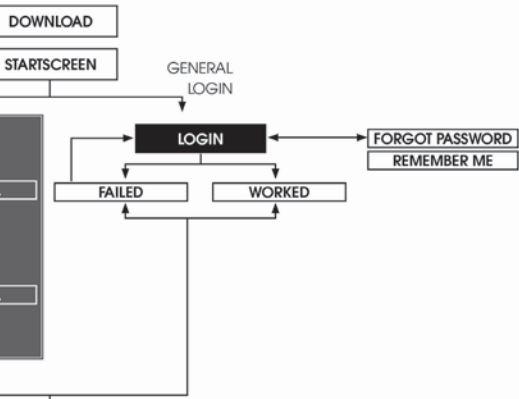
Dort finden sich die wesentlichen Einstellungen des Systems. Dem Filter, um die Bücher nach beliebig anzuordnen, den Allgemeinen Einstellungen für Buch, Erzähler, Verbindungen und Modus, den Accounteinstellungen, Richtlinien, und der Funktion des Logouts. Wirft man einen Blick auf die abgebildete Flowchart, so werden die Zusammenhänge klarer.

# SERVICE PROCESS



FIRST TIME  
 MAINPART  
 SEITE







# 4.6. SERVICE BLUEPRINT

Im „Service Blueprint“ werden die jeweiligen Prozesse der Dienstleistung aufgeführt.

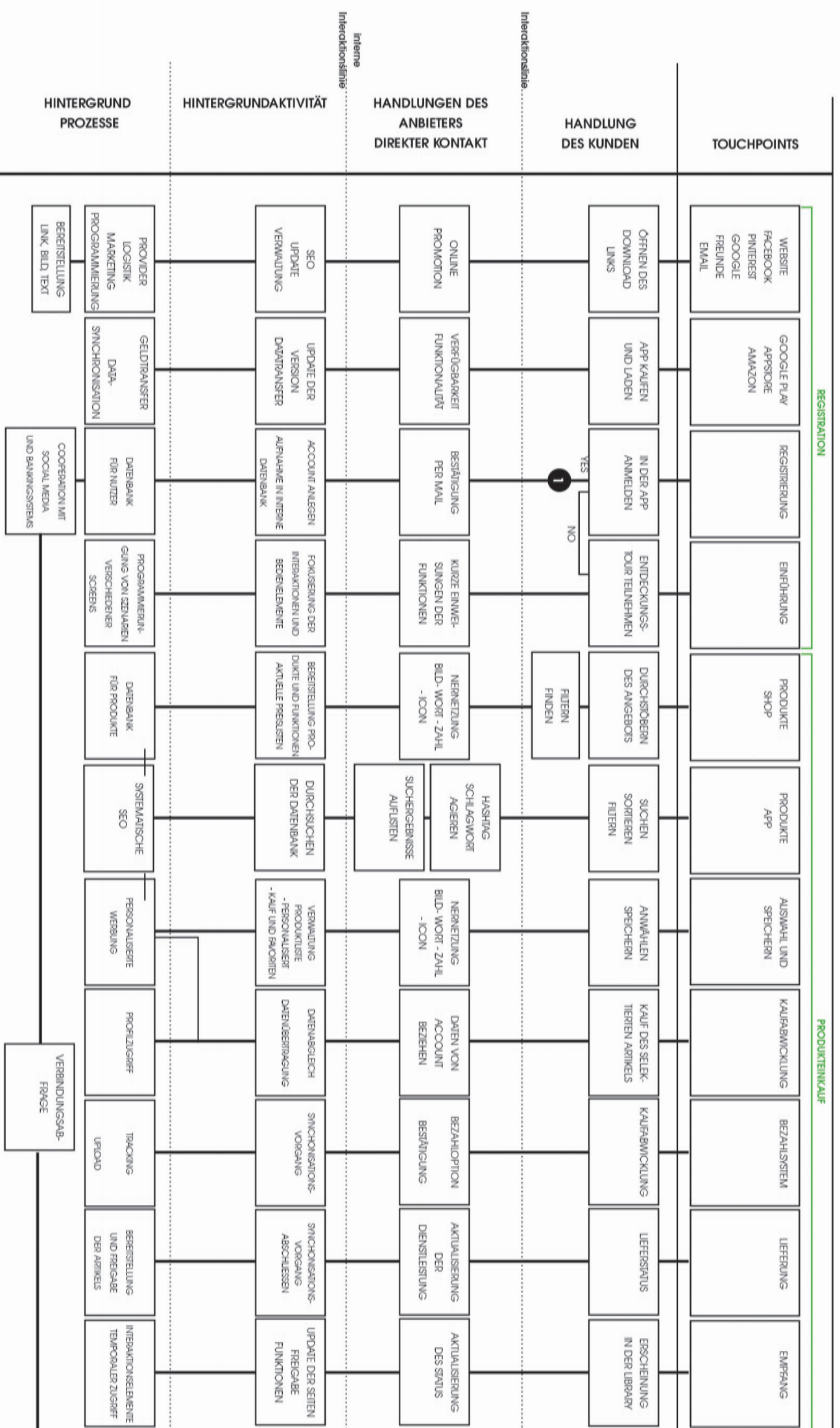
Es werden alle Ebenen miteinander verglichen, in denen Interaktionen auftauchen. So dienen die Touchpoints als Orientierung für die Handlungen der Kundens, die Handlungen des Anbieters im direkten Kontakt, die Hintergrundaktivitäten für den Service und die Hintergrundprozesse. So wird ein komplexer, abhängiger Sachverhalt visualisiert, um diesen verständlicher darzustellen und, im allgemeinen, zu fokussieren, welche Komponenten berücksichtigt werden müssen.

Das Öffnen der App ist für den Nutzer scheinbar nur ein Klick, doch wurden im Vorfeld viele Prozesse vom Unternehmen eingeleitet um diesen zu ermöglichen. Zum einen musste die App konzipiert, umgesetzt und programmiert werden, ebenfalls ist es hierfür notwendig einen Provider auszuwählen, die SEO zu optimieren und Funktionalität zu gewährleisten.

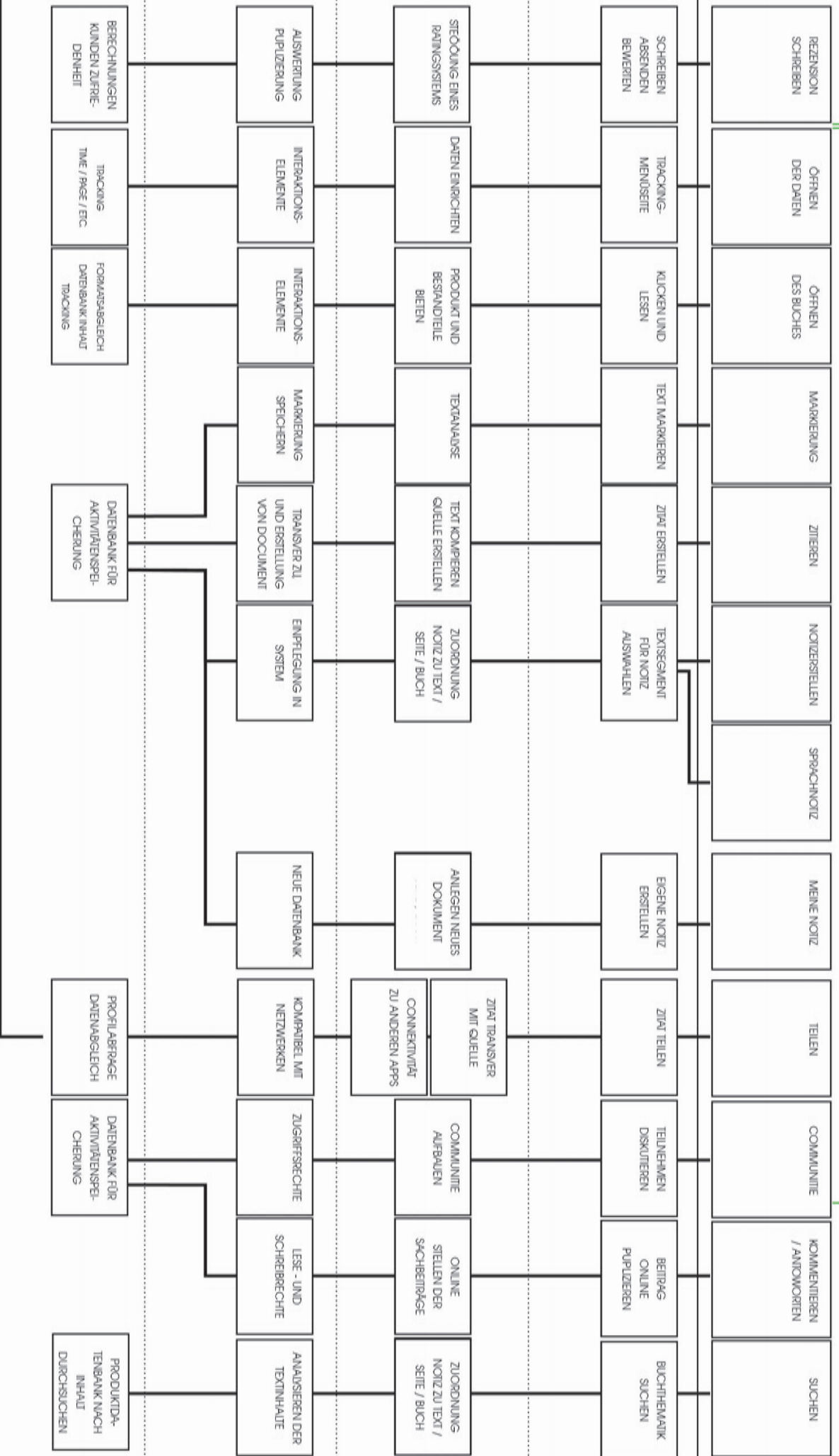
Für die Registrierung des Nutzer in der App, muss zuvor ein System ausgearbeitet werden, um eine entstehende Datenbank pflegen und verwalten zu können. Aus vorhergehender Recherche wird hier die erste Schwachstelle klar, sowohl auf der Seite des Anbieters, als auch auf der Seite des Nuters. Der Nutzer ist meist im unklaren gelassen, was mit seinen Daten geschieht, an wen diese weitergegeben werden und womit missbraucht werden. Das Unternehmen steht somit unter Zwang eine Transparenz bezüglich des Datenumgangs zukommunizieren und eine Vertrauensbasis schaffen. Hierfür

helfen AGB/ TERMS & Conditions und ein Service Center. Entscheidet sich der Nutzer eine Registrierung vorzunehmen, so bekommt er unter Angabe eines Namens, Bezahlungssystems und Bestätigung der Terms und Conditions, eine Bestätigung per Mail oder Sms und wird in die interne Datenbank aufgenommen. Entscheidet sich der Nutzer gegen eine Registrierung, so kann er stets den Vorgang abbrechen und die Application in der Demoversion zu erforschen. In beiden Varianten wird der user gefragt, ob er ein Einführungstutorial haben möchte, welches ihm auf einfache Art und Weise Schritt für Schritt die wichtigsten Funktionen der App erklärt. Der Nutzer kann entscheiden, ob er zu Beginn eine kurze Einführung haben möchte. In dieser werden ihm alle wichtigen Funktionen und Elemente erklärt, damit er sich schnell zurecht finden kann. Hierfür mussten Analysen die primären Touchpoints fokussieren, um sie in der Anwendung zu demonstrieren, so dass für den Nutzer keine Fragen im Raum stehen. Das Unternehmen bietet dem Nutzer ein großes Angebot an Produkten, sodass dieser uneingeschränkt nach seinen Vorlieben suchen kann. Durch eine sortierte Datenbank und einfachen Funktionen findet der Kunde schnell seinen gewünschten Artikel. Durch die Suchvorgänge des Users, werden Daten gespeichert, welche dem Nutzer personalisierte Buchvorschläge in der Verwendung des Buchshops bringen sollen. Es ist mit einer SEO vergleichbar, da diese nach Schlagwörtern sucht. Die Produkte stehen im Shop für den Kunden bereit, dieser kann nach beliebigen Produkten einsehen und favorisieren.

**AUTONORMAL VERBAUCHER**



INTERAKTIONSMÖGLICHKEIT



Die entstehenden Interessen des Nutzers werden für spätere personalisierte Werbung gespeichert. Entscheidet sich der Kunde für ein Produkt, so kann er dieses kaufen. Hierfür wird auf das anfänglich angelegte Profil zugegriffen und die Daten übertragen, welche zuvor in die entsprechende Downloadverlinkung eingepflegt wurden. Wird das Konto erfolgreich verknüpft, so findet eine Kaufabwicklung mit Geldtransfer statt. So trackt das System die Daten des Nutzers und tauscht das Geld des Users gegen die Ware, die er sich ausgesucht hat. Damit der Nutzer auf sein Produkt zugreifen kann, muss eine Internetverbindung vorhanden sein. So wird nach Bestätigung des Kaufvertrages der Artikel automatisch auf das Endgerät / In die App gespielt und für den jeweiligen Account freigegeben, um mit ihm zu interagieren. In der Library findet der User dann das entsprechende Produkt, wurde es einmal implementiert, so muss keine Internetverbindung mehr für die einfachen Funktionen zur Verfügung stehen. Lediglich für Mails, Teilen mit SM-Bereich, das Teilnehmen an internen Diskussionen oder das weitere Einkaufen erfordert einen Internetanschluss. Nachdem das Buch im System ist, erkennt der Shop das gekaufte Buch und lässt den Kunden eine Rezension über das gekaufte Objekt schreiben. Hier wurde eine gewisse Anzahl an Zeichen und das Bewertungssystem festgelegt. Wenn der verfasste Text publiziert werden soll, muss der User das Geschriebene lediglich absenden und es erscheint online, für alle einsehbar. Klickt der User einmal auf das Buch, entweder im Shop oder in seiner Library, so gelangt er in das Buchmenü. In diesem

hat er verschiedene Auswahlmöglichkeiten an Interaktionen. Zum einen die gegebenen Buchdaten, zum anderen aktuelle getrackte Daten wie folgt:

Zur aktuellen Buchseite gelangt der User auf zwei Wegen, einmal durch das Doppelklicken und einmal durch das einmalige Klicken auf die aktuelle Leseseite im Buchmenü. Denn diese speichert die zuletzt gelesene Seite und bringt einen auch wieder dort hin zurück. Ist das Buch noch ungelesen, so gelangt man hier zur ersten Seite, dem Cover. Das Blättern erfolgt durch rechts und links Klick, um die Seite zu wechseln.

Möchte der User einen Text markieren, so muss er einen der Gesten, die er anfänglich gelernt hat, anwenden, und zwar die Long Pressed-Gestik. Hierdurch kann er durch einfaches Ziehen den gewünschten Bereich markieren. Das System speichert dann die entsprechenden Stellen ab, so dass sie beim Lesen wieder auftauchen. Dies geschieht durch Speicherung der Zeichen.

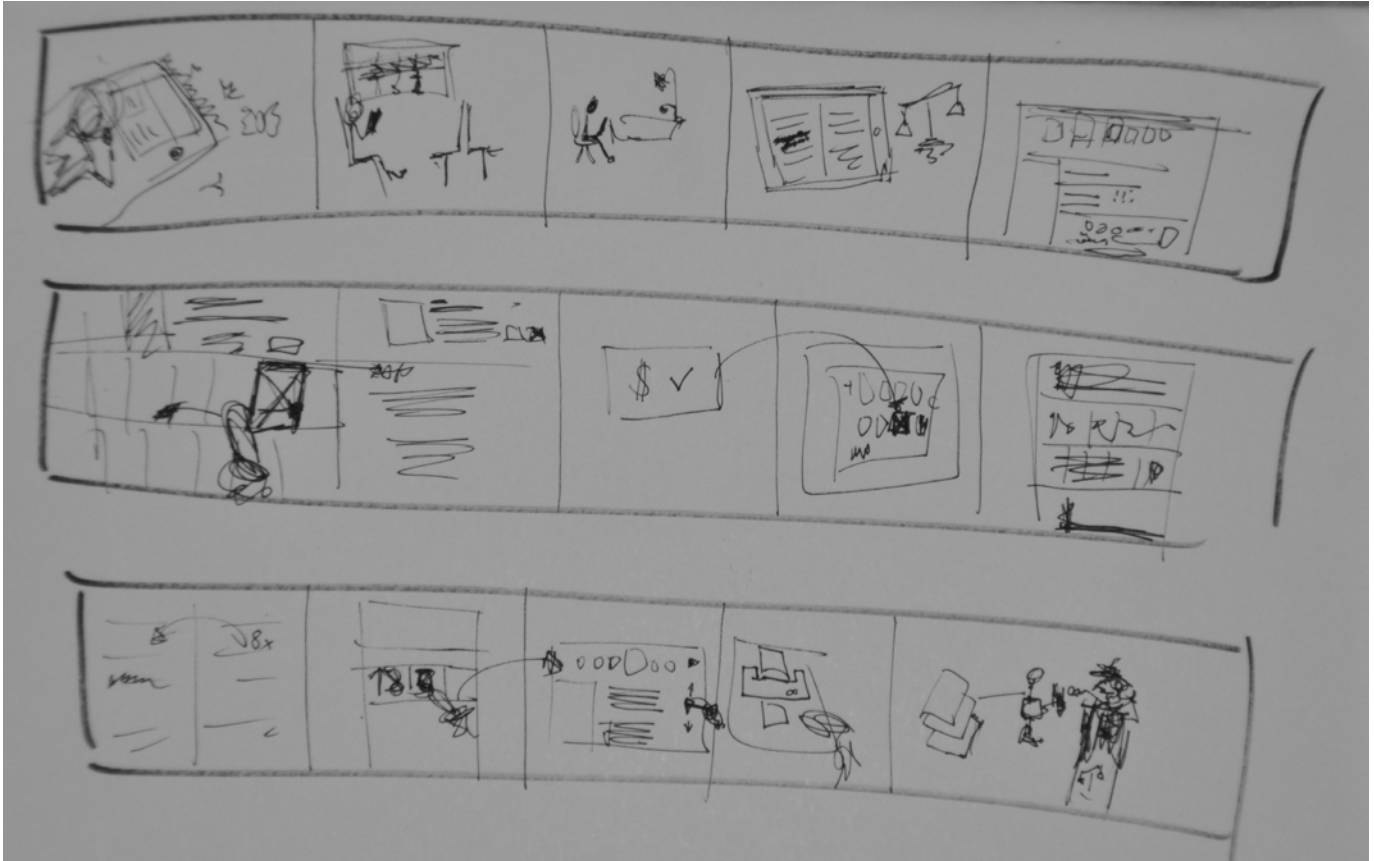
Auch öffnet sich zuletzt ein Pop-up-Feld, in dem er gefragt wird, was er mit dem Markierten machen möchte. Das Zitieren ähnelt dem Markieren, nur, dass ein Zitat in dem entsprechenden Notizbuch landet. Das System speichert hierfür die einzelnen Zeichenzahlen aus und legt einen Quellcode mit dem zitierten Text, sodass der Nutzer diese Arbeit nicht mehr hat. Bei der Wahl, Notiz erstellen, kann der User auch eine Audio-Notiz erstellen, die er später abhören kann. Hierfür muss ebenfalls die entsprechende Zuordnung geschehen und in das System gespeichert werden. Zuletzt noch ein wichtiger

Punkt, die Suche, denn hier kann der User die komplett erschaffene Datenbank, nach seinen Kriterien durchsuchen. Hierfür werden die Texte abgeglichen und analysiert, sodass der User ein Suchergebnis bekommt, welches ihn zufriedenstellt.

# 4.7. STO RYT ELL ING

Im Storytelling, werden verschiedene Stufen und Phasen des Service-Prozesses situativ dargestellt. So ist es einfacher einzelne Abläufe nachvollziehen zu können und hinter das System zu steigen. Auch wird der Sinn hinterfragt und auf die Probe gestellt und sichergestellt, dass keine Probleme mehr im Konzept auftreten. Auch wird ein Bezug und eine Empathie entwickelt, sodass Abläufe noch korrigiert und verbessert werden können. Ebenfalls ist es interessant die App filmisch so zu minimalisieren, dass es Lust macht. Auch bietet das System umfangreiche und personalisierte Funktionen, welche Cleverness und Fokussierung bezüglich der Analysen fordern. Der Anfang eines neuen Trends.

EDUCATION



EDUCATION



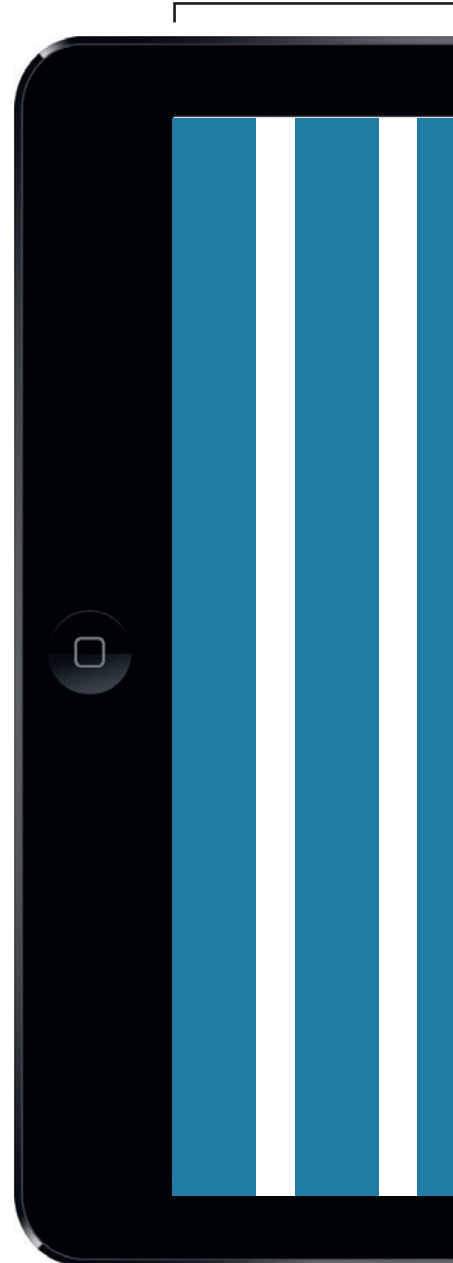
# 5.2. WI RE FRA MIES

Wireframes sind eine schnelle, kostengünstige und visuelle Darstellung des Layouts, ohne auf die Farbgebung, Schriftschnitte oder konkrete Inhalte einzugehen. Wireframes zeigen Skizzen einer Appstruktur, mit allen nötigen Elementimitationen der Größen, Positionen und späteren Inhalten. Denn so lässt sich schnell einsehen, wie sich der Kunde in der App bewegt, welche Interaktionen wahrgenommen werden, wie sich der Benutzer fühlt, und worauf die meiste Aufmerksamkeit geleitet wird. Anhand dieser Skizzen kann gesehen werden, wo Defizite entstehen, die man beseitigen sollte. Später werden die Wireframes an den Marketingspezialisten weiter geleitet, welcher die Prioritäten prüft und das ganze an die Designer weitergibt. Diese entwerfen die Seiten und letzt endlich wird alles vom Programmierer umgesetzt. Vorallem im letzten Schritt müssen Abstände und Größen passen. Die Abstände sind retardierend, wie in der Abbildung abgebildet. Abstände müssen Kategorisiert werden um sie später richtig weiter zu leiten. Hilfreich ist hier das 12 Spalten Grid, welches regulär für die Erstellung von Wireframes verwendet wird.

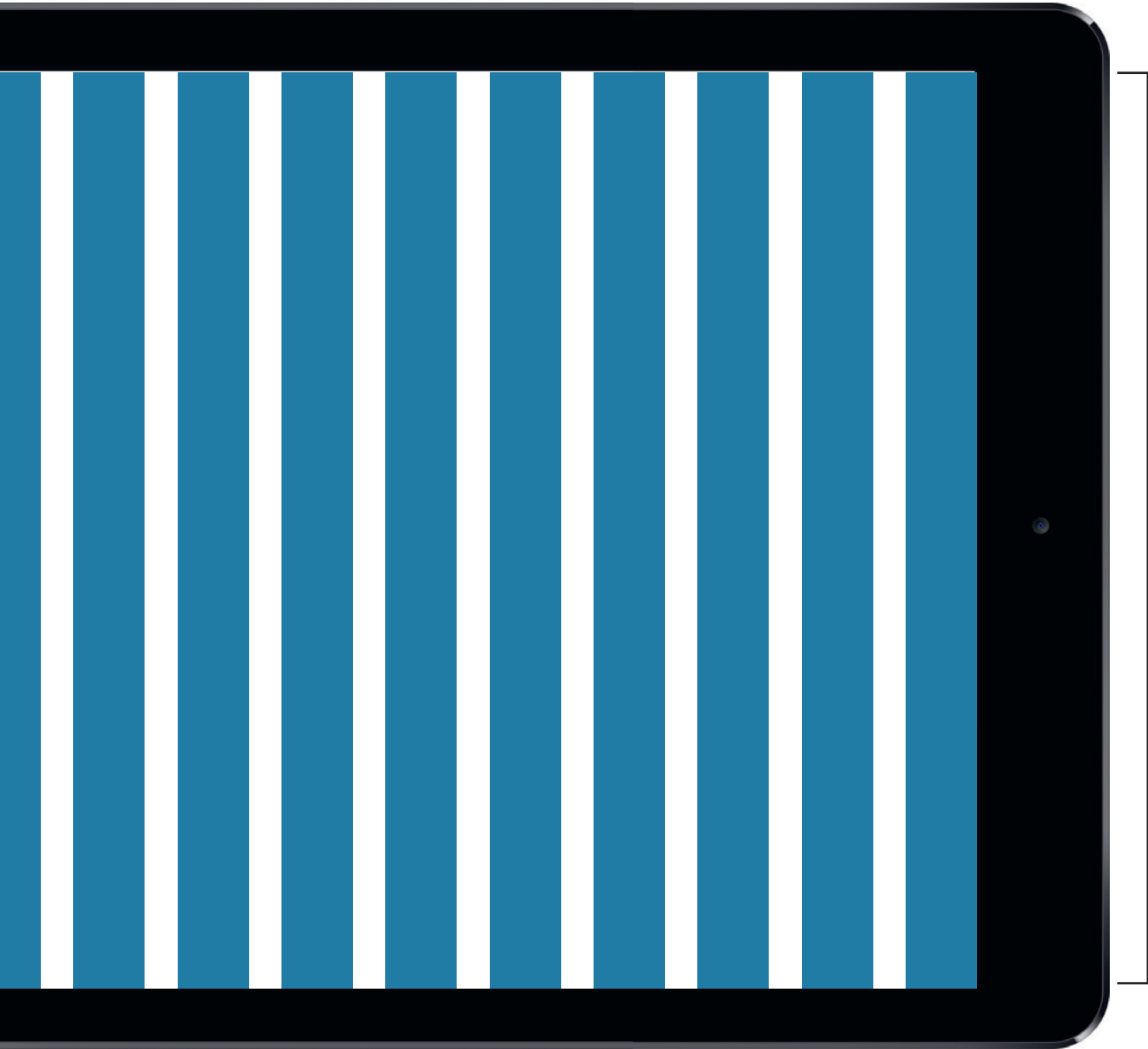
Auf den folgenden Seiten zeige ich die Entstehung der Wireframes.

Das entstandene Layout der Anmeldeseiten ist unabhängig, da es nur für die Anmeldung benötigt wird. Die Abstände und Größe sind den Darstellungen zu entnehmen.

Ich entschied mich für das Querformat, da es dem Buch ähnlich ist, und eine bessere Bedienbarkeit an den Tag legt.



1024 px

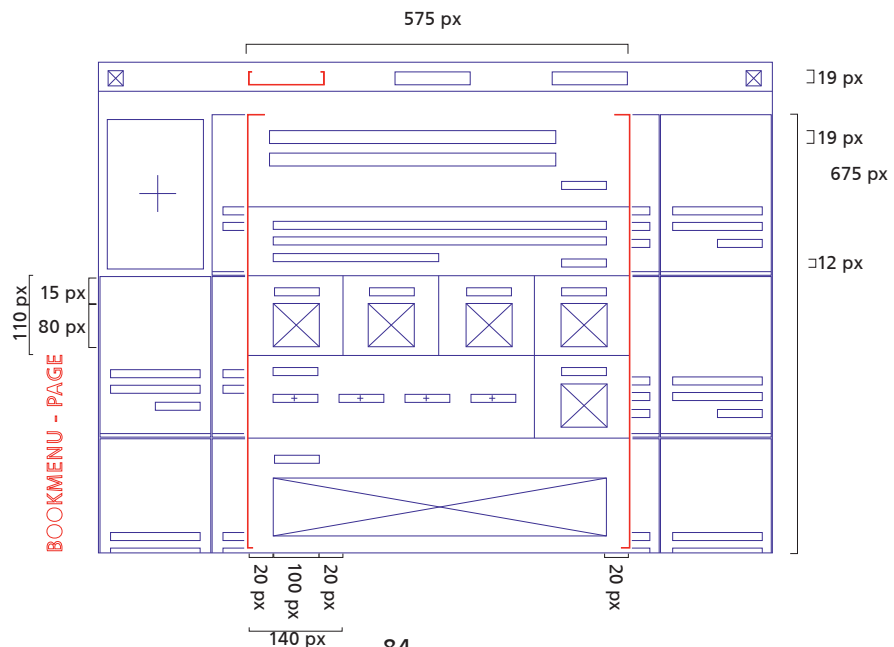
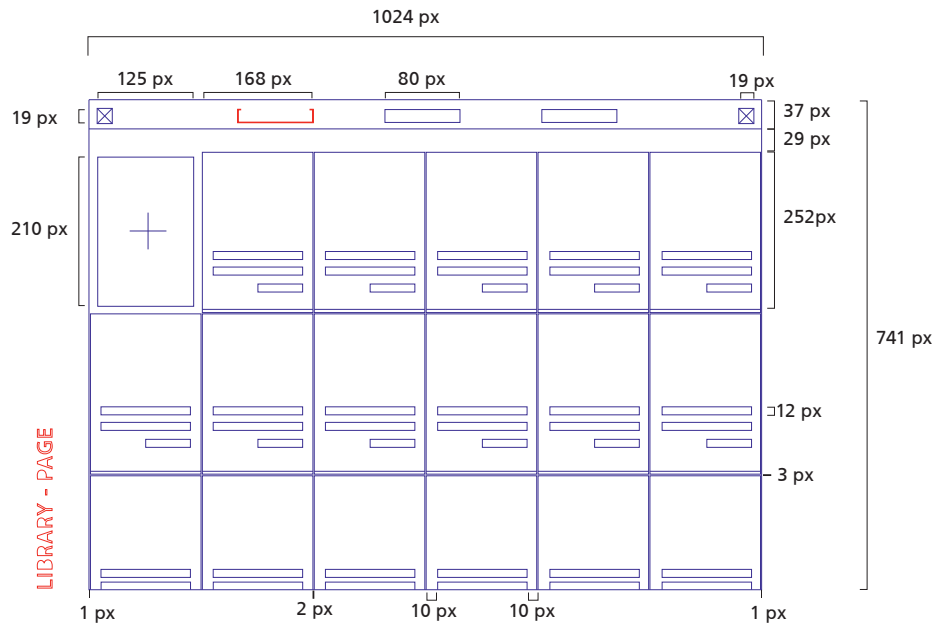
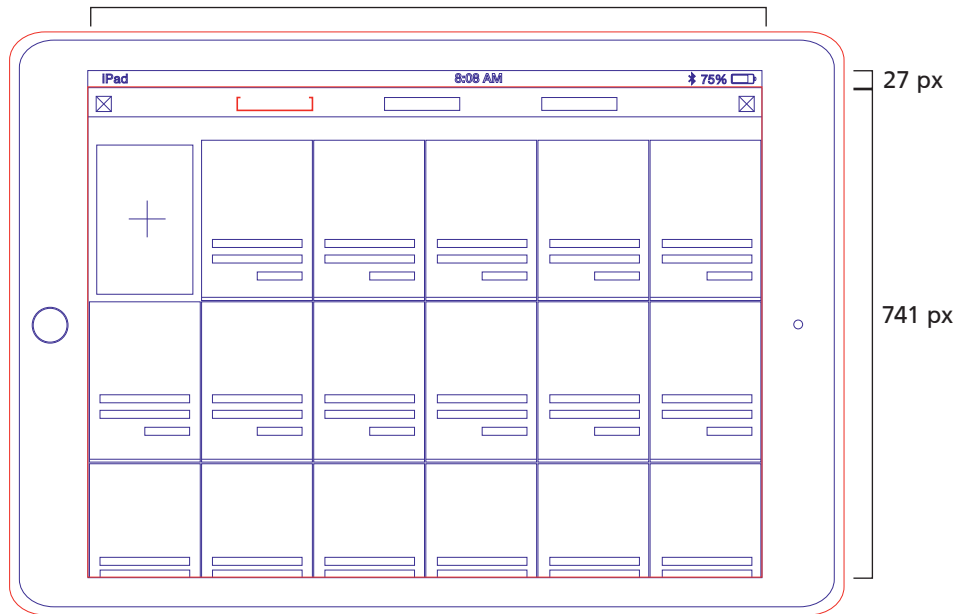


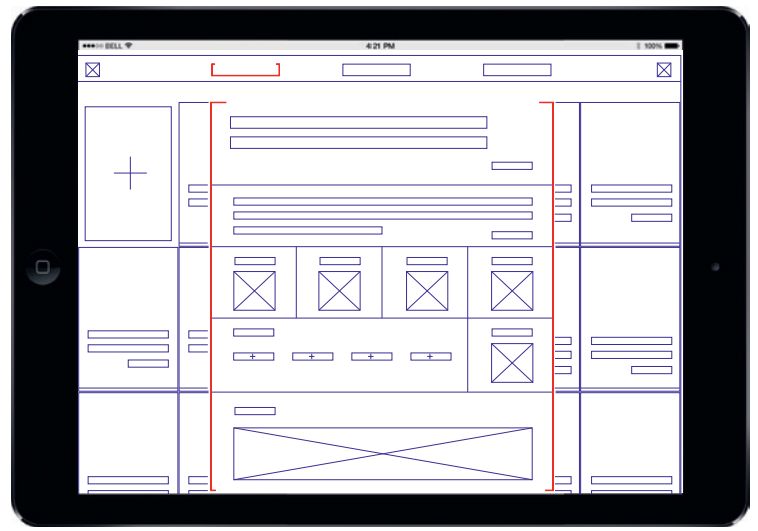
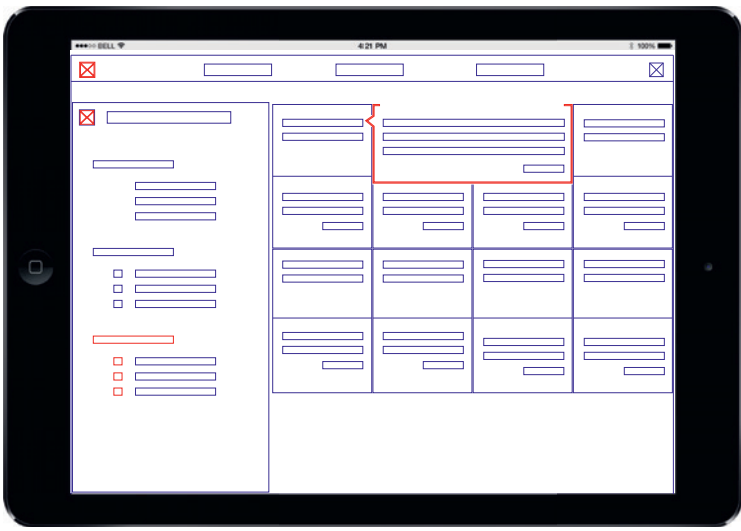
768 px



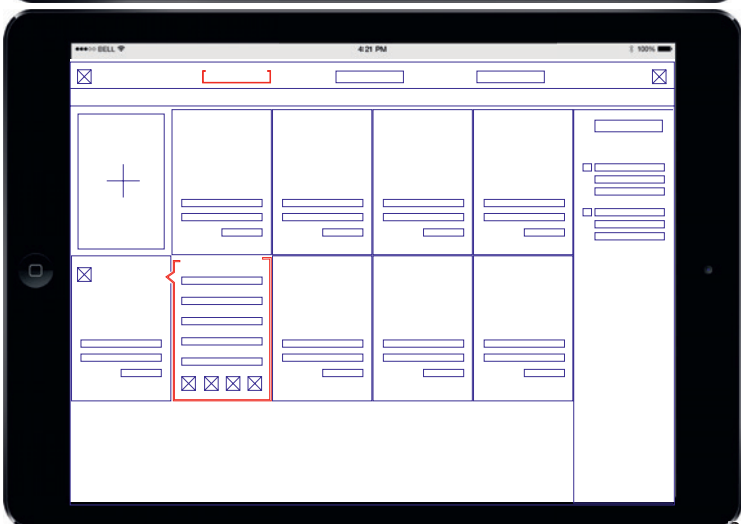
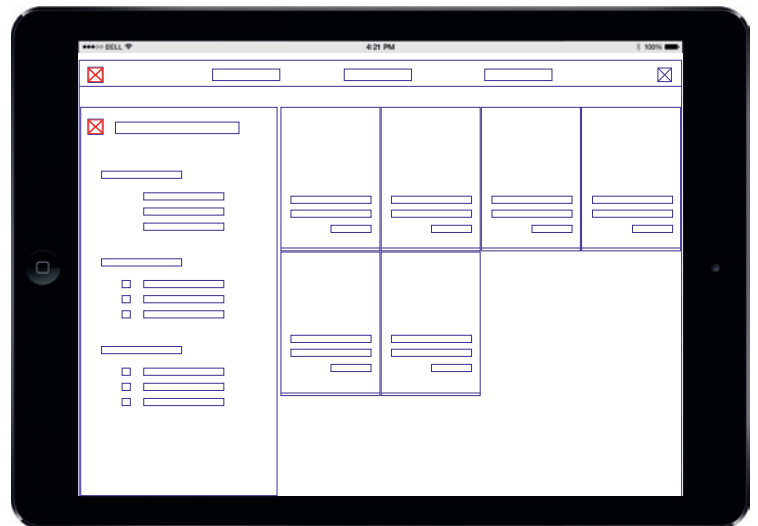
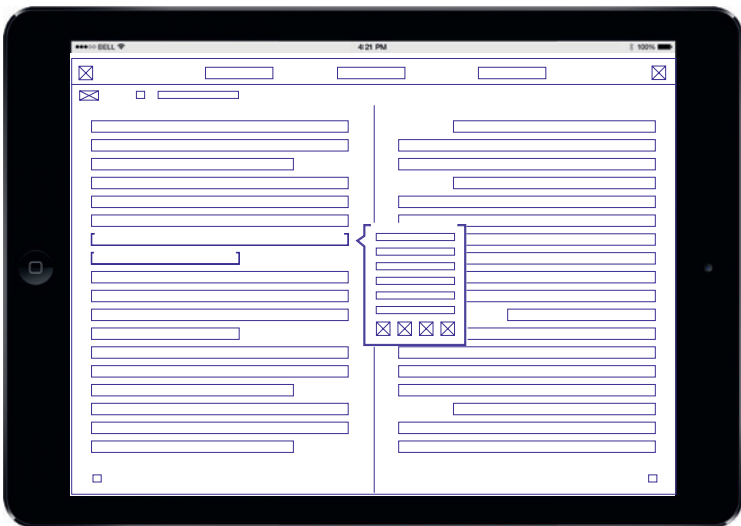
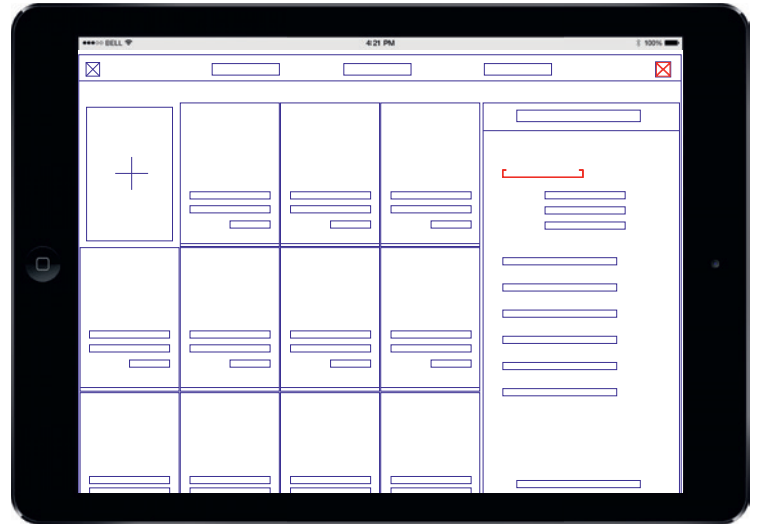
# Produkt

1024 px

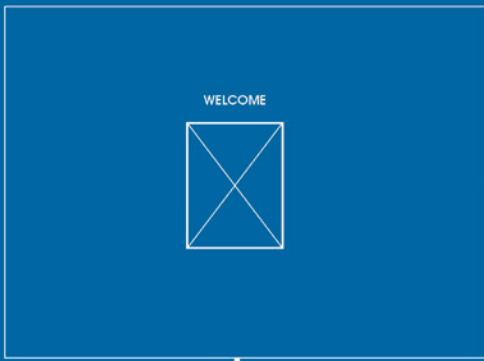




Für die Idee des Laser Cuttens entstanden Pfad vorlagen der Wireframes, um sie Anschließend cutten zu lassen. Die Messungen sind !:1 zum Original Stück, was man später in der Hand halten wird. Durch den Laser-cut bekommt man ein erstes Gefühl für das System. Hier für wurden zwei Farben angelegt: Rot (255/0/0) für das Schneiden, Blau (0/0/255) für das Ritzen. Wollte man Rasern, so hätte man noch Schwarz (0/0/0) anlegen müssen.



STARTSCREEN



ACCOUNTPAGE



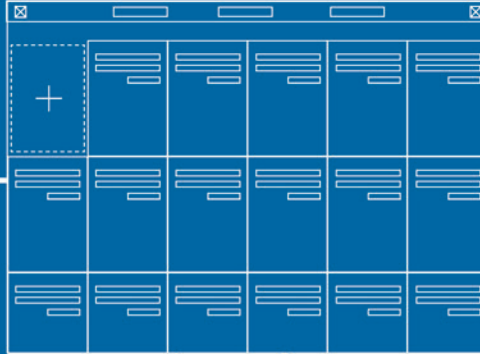
PAYPAGE



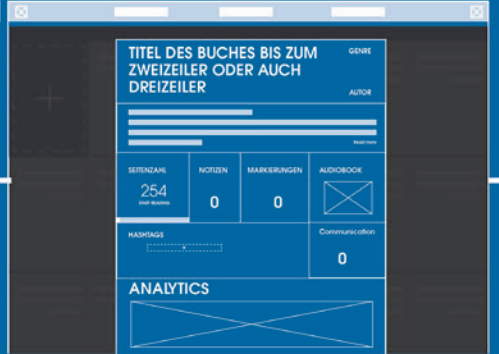
LOGIN



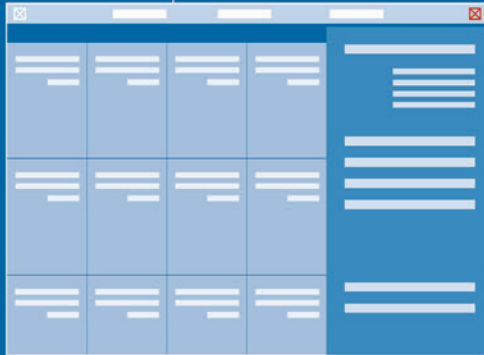
MAINPAGE



MAINPAGE - SELECTED FIRST TIME



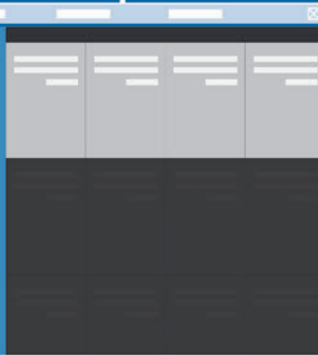
MENUE



SEARCH



AUTOR/ BOOK



SEARCH



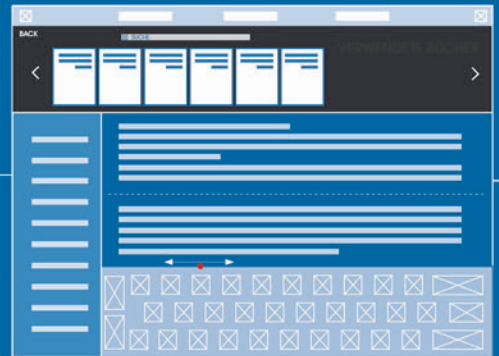
WORDING



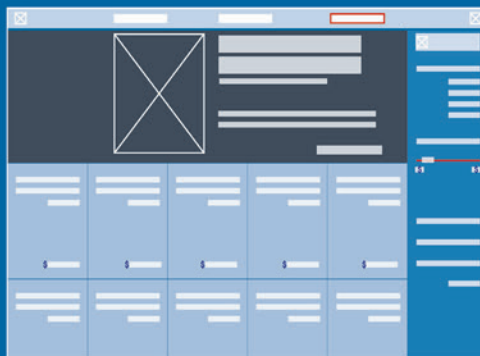
MEINE NOTIZEN



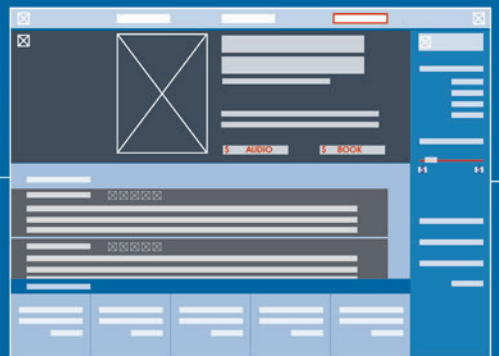
BOOK - NOTIZEN / ZITAT

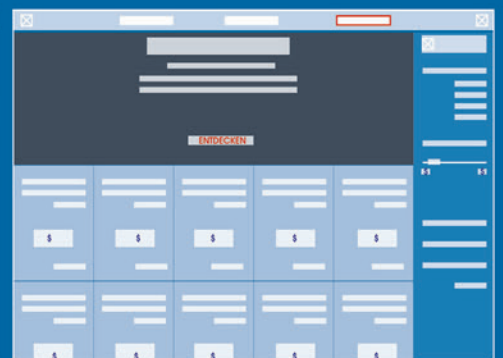
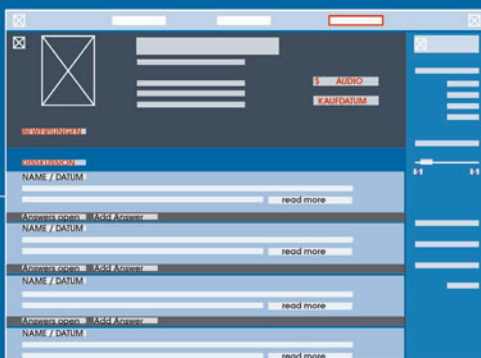
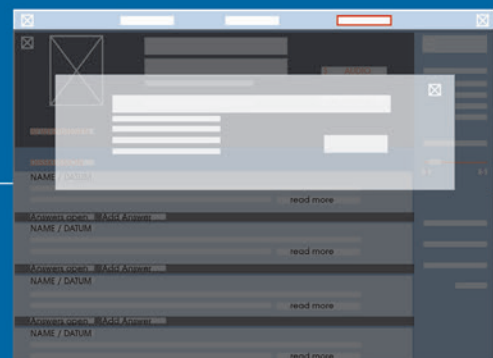
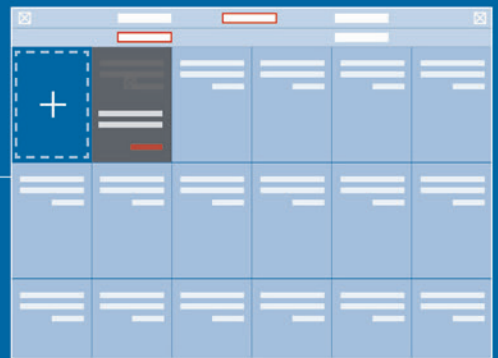
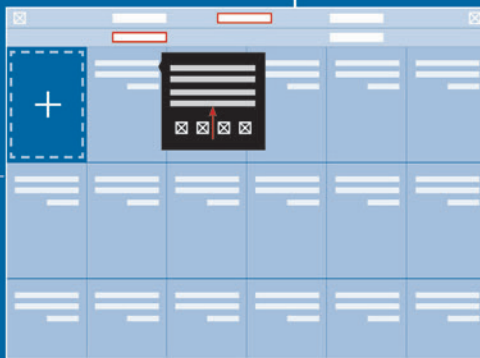
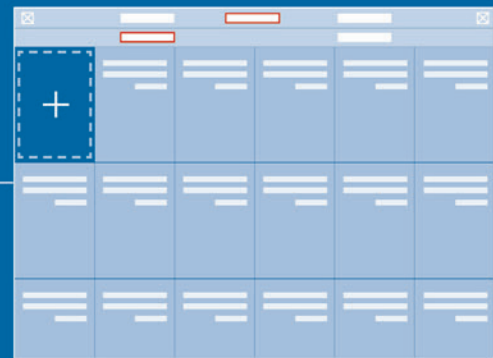
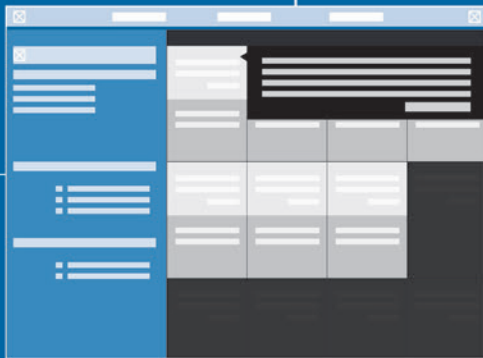
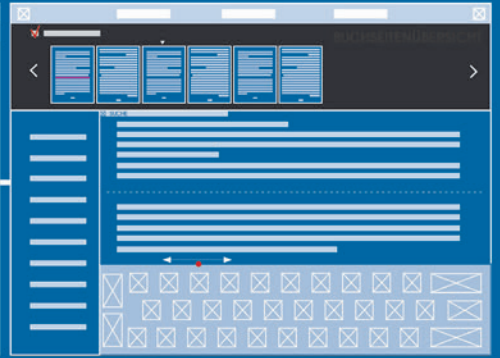
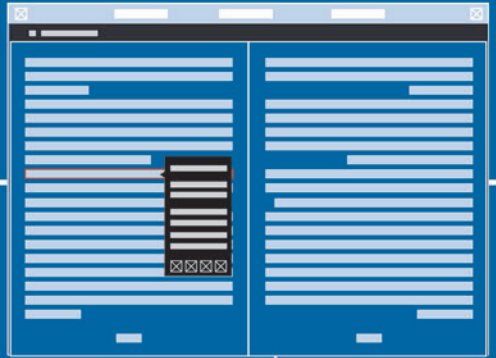
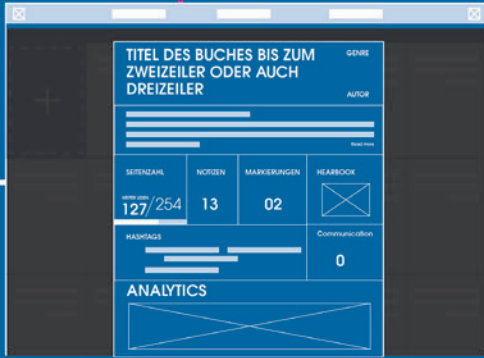
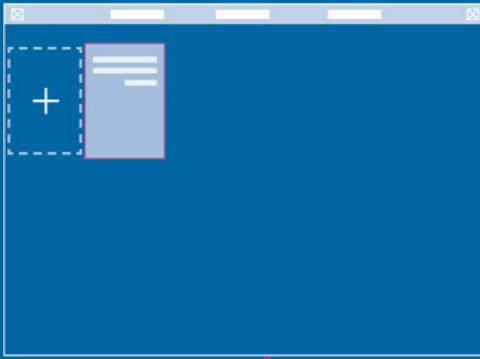
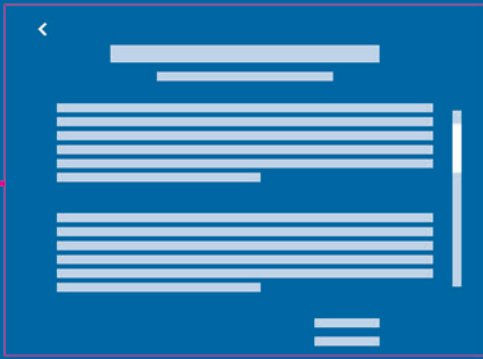


SHOP PAGE

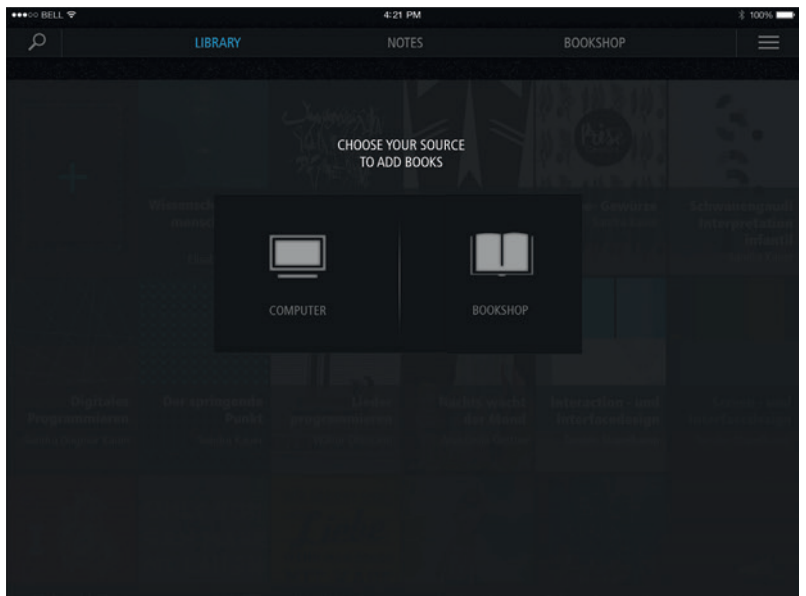
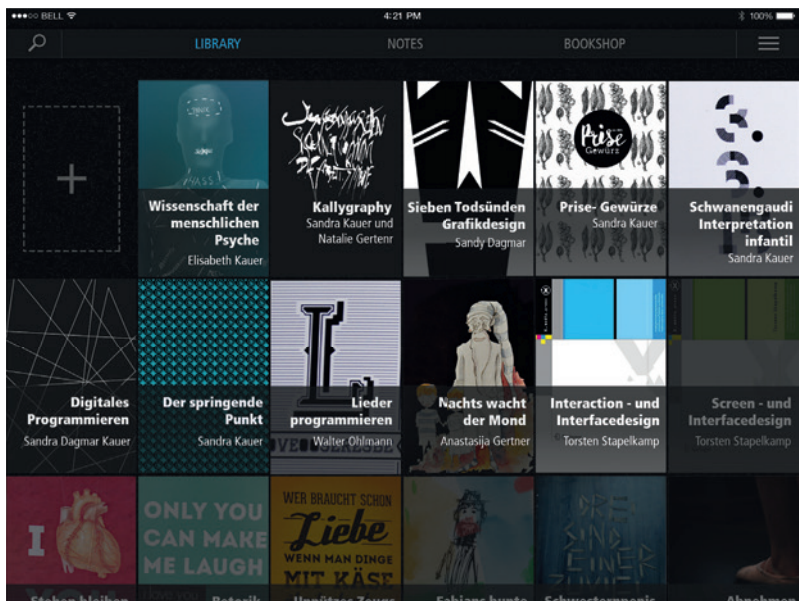
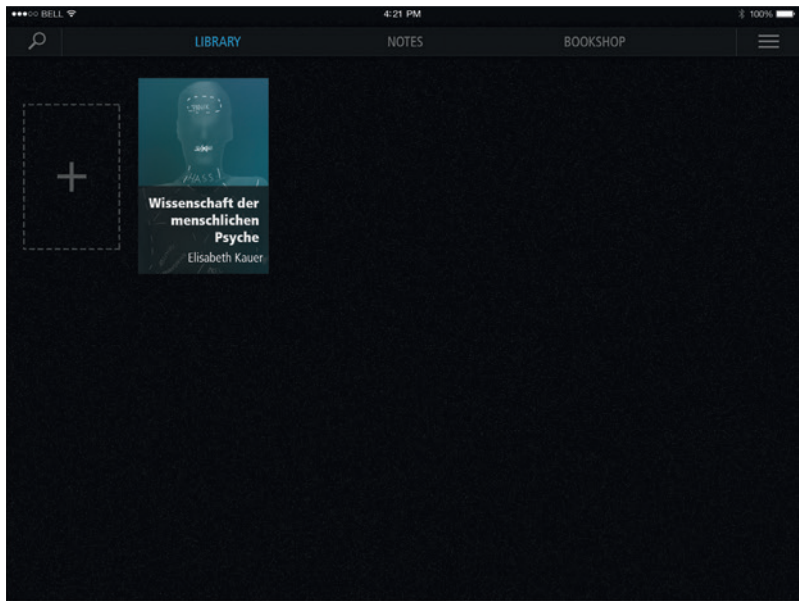


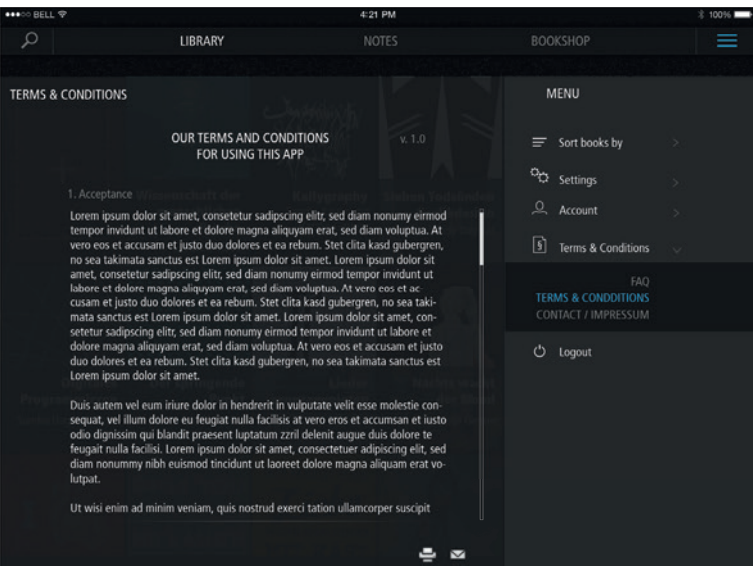
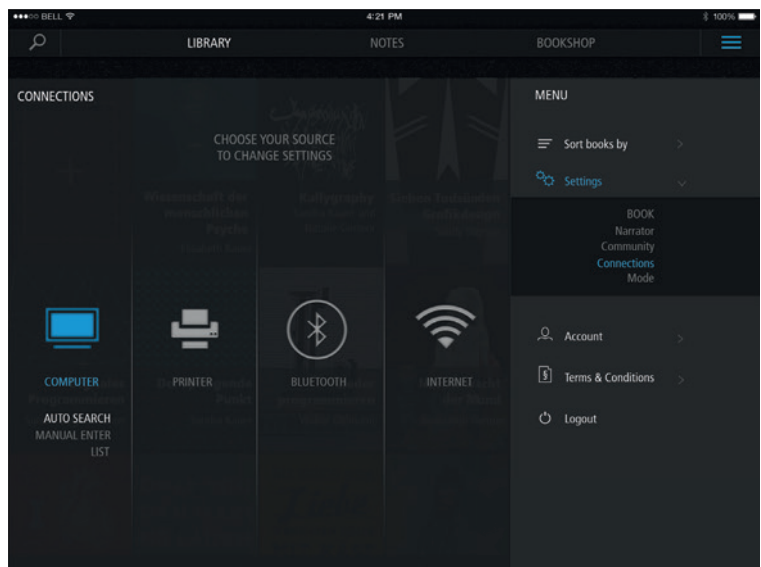
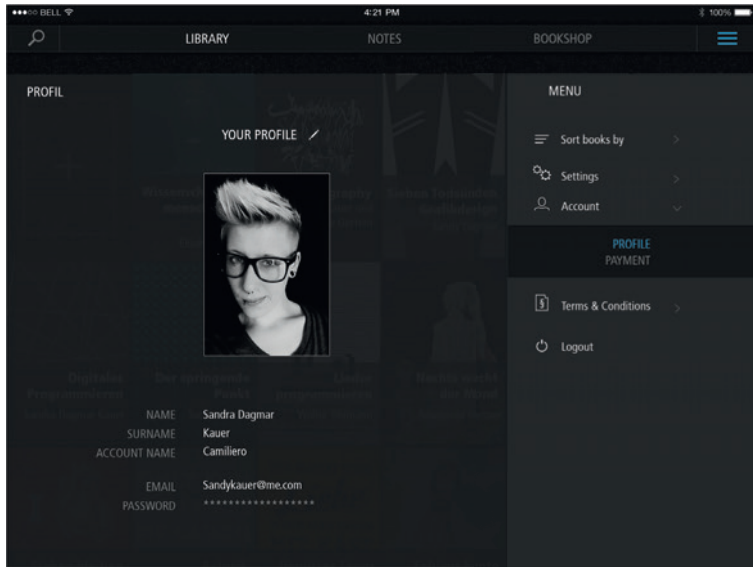
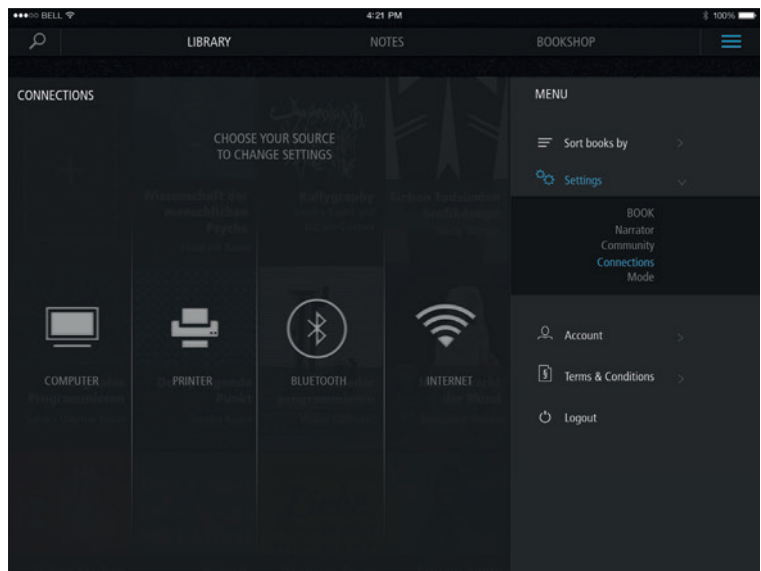
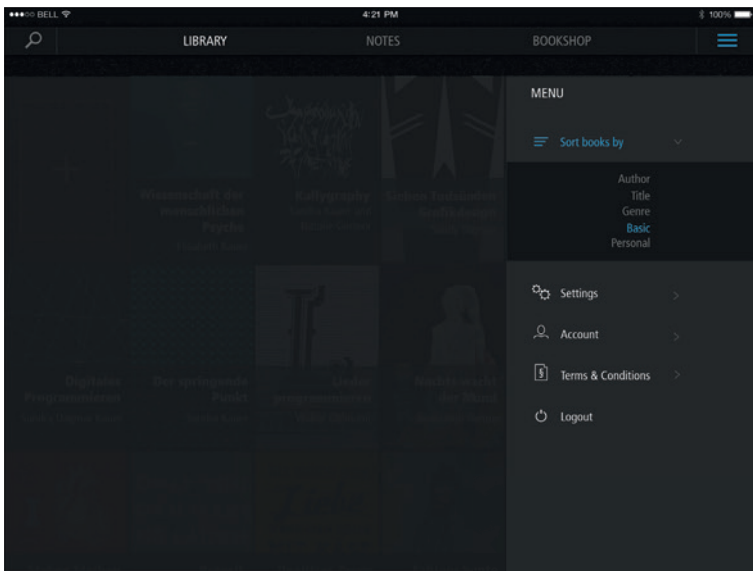
BOOK PAGE





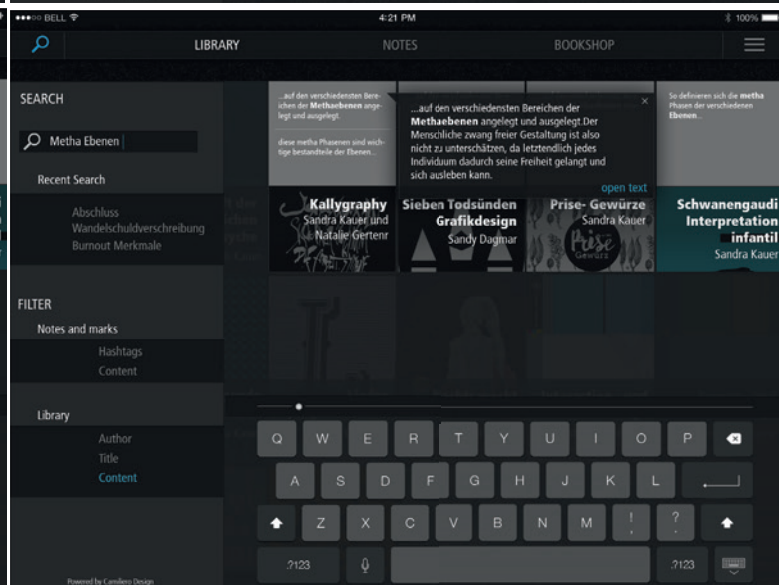
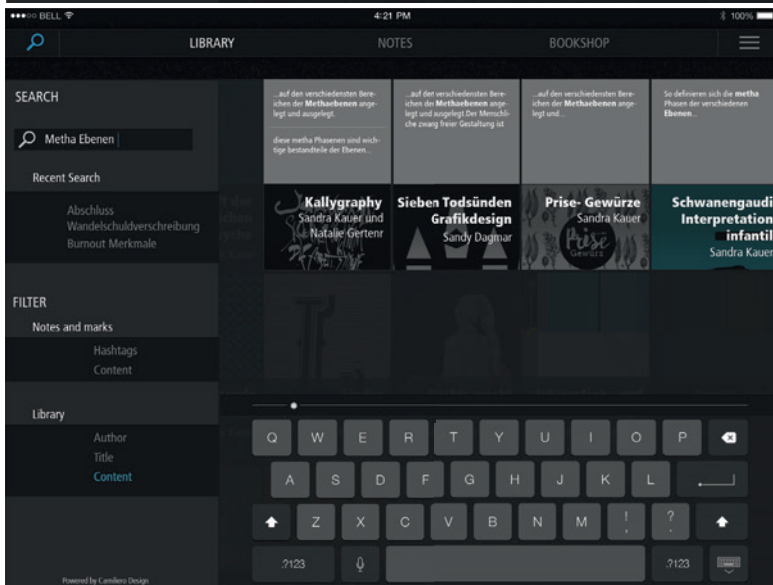
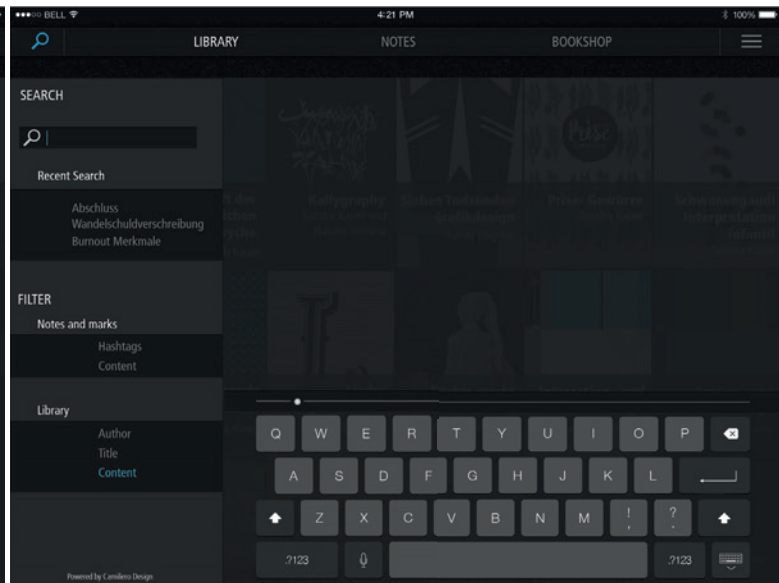
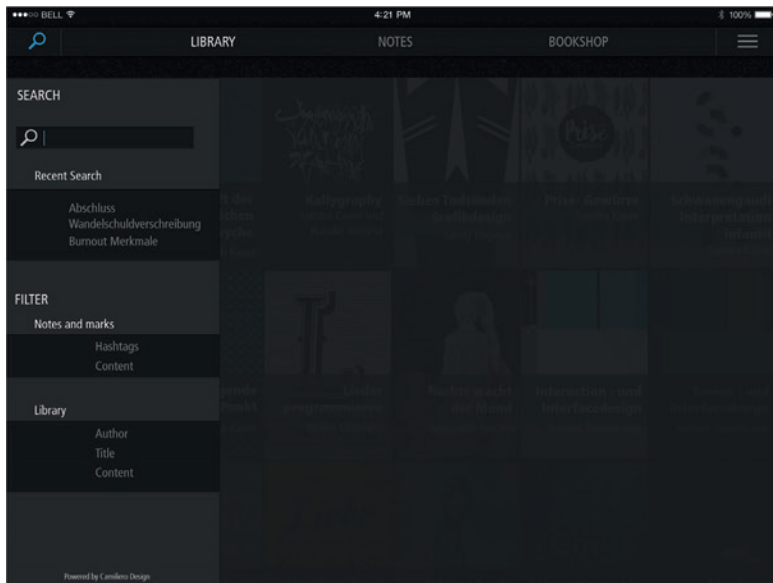
Sortierauswahl der eigenen Library. Der Nutzer kann so seine gekauften Bücher zusätzlich nach Autor, Titel, Genre, Standort (chronologisch) oder Eigen sortieren lassen. Auch findet man in dem Menü Einstellungen rund um das Buch, Intensität, Papierreinstellungen und Schriftgrößen und Arten. Darauf folgt gleich die Erzähleinstellung, in der man eine Geschwindigkeit und die Lautstärke festlegt. Über den Bereich Community, kann man einstellen, ob man Benachrichtigungen erhalten, wenn jemand ein Buch oder Kommentar hinterlassen hat. Über die Kategorie „Verbindung“, werden Druckerverbindungen, Internet und Bluetooth abgehandelt. Im Bereich „Account“ findet der Benutzer alle Accountspezifischen Angaben (sein Profil), die er einsehen und ändern kann. Unter Terms & Conditions findet der Nutzer alle Regelungen und Kontaktdaten. Zuletzt kann der User sich vom System Abmelden und wird nach einer Bestätigung des Abmeldens zum Loginscreen weitergeleitet.



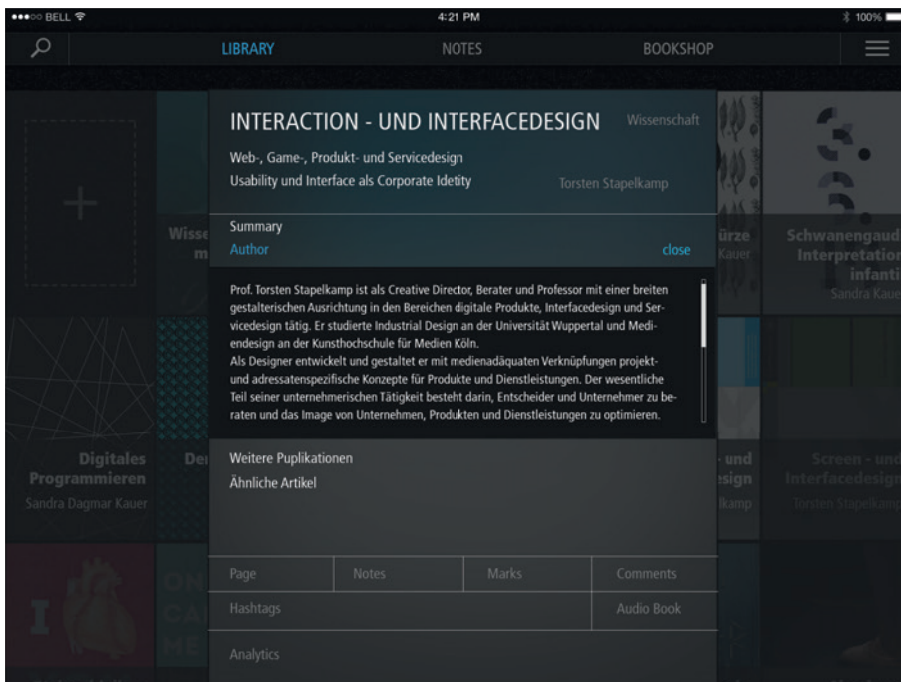
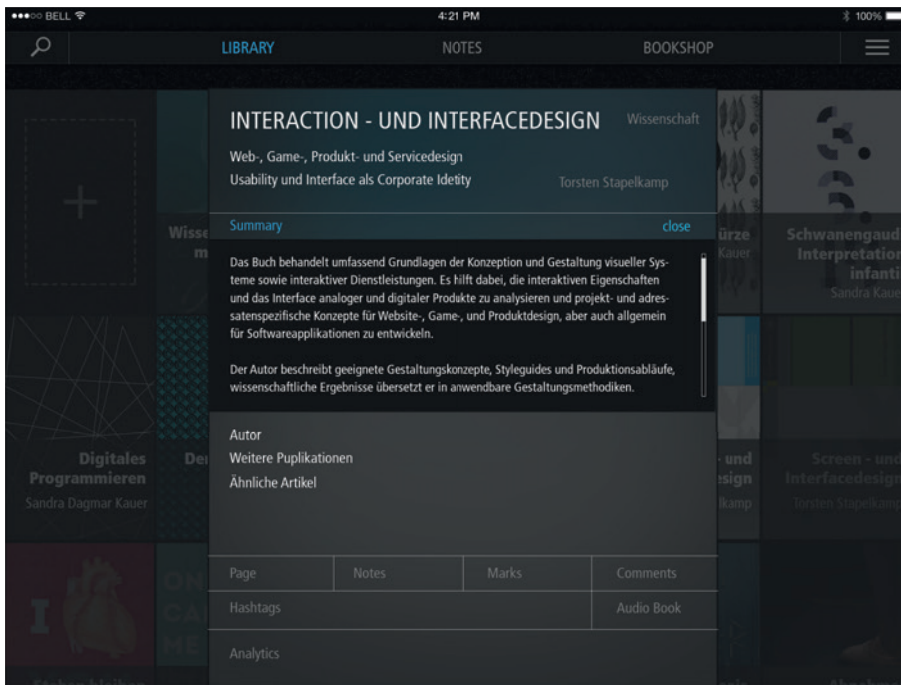
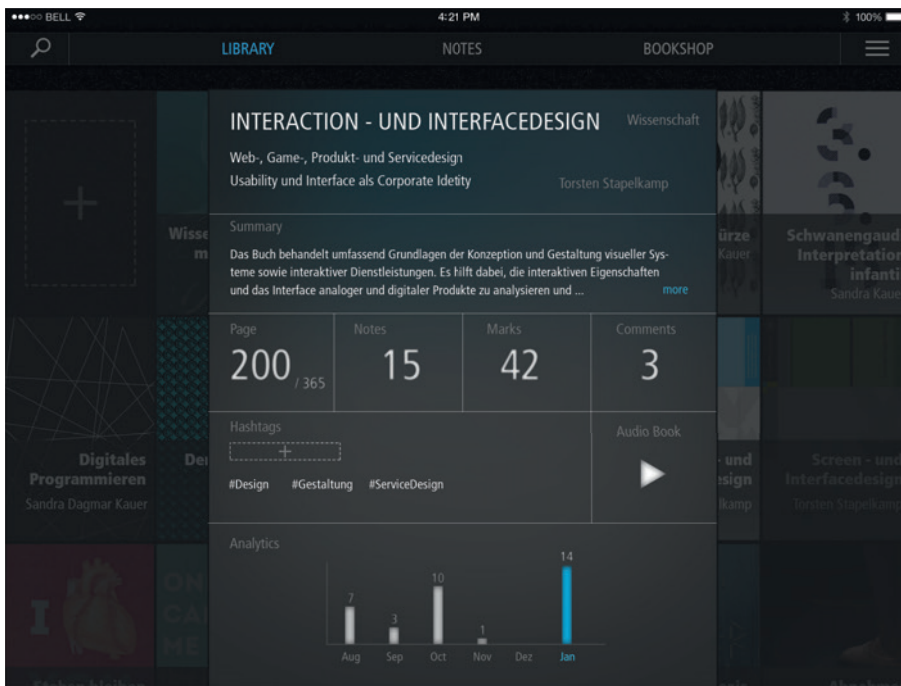


# MAIN MENU

# SEA RCH



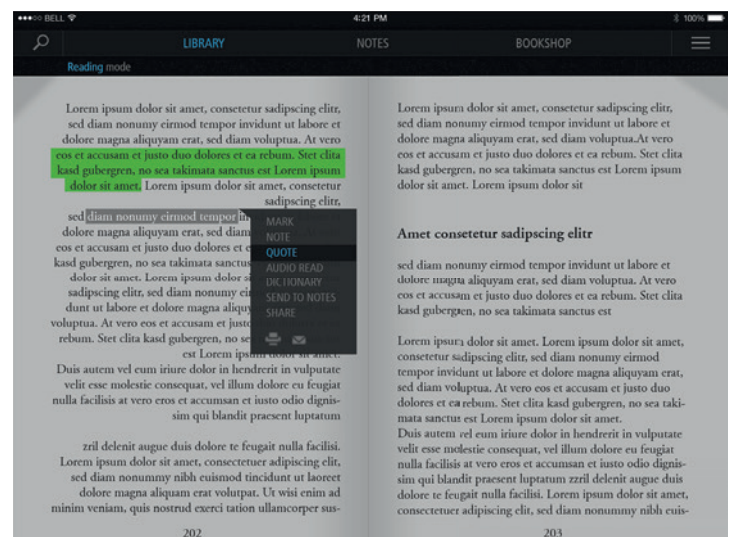
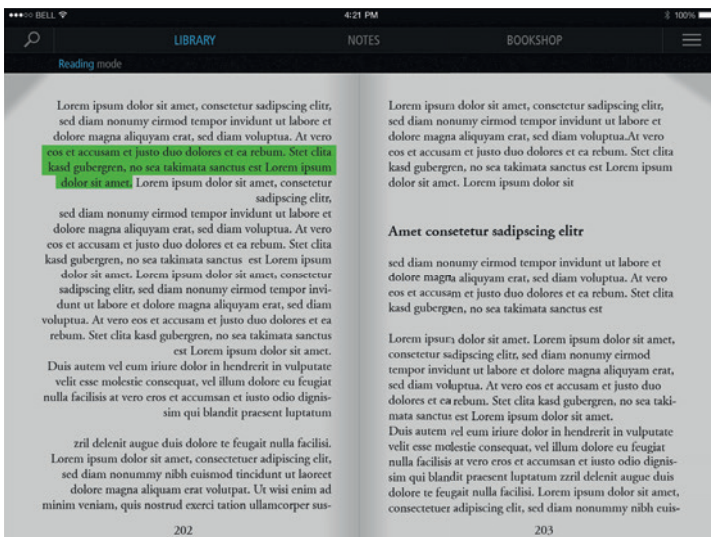
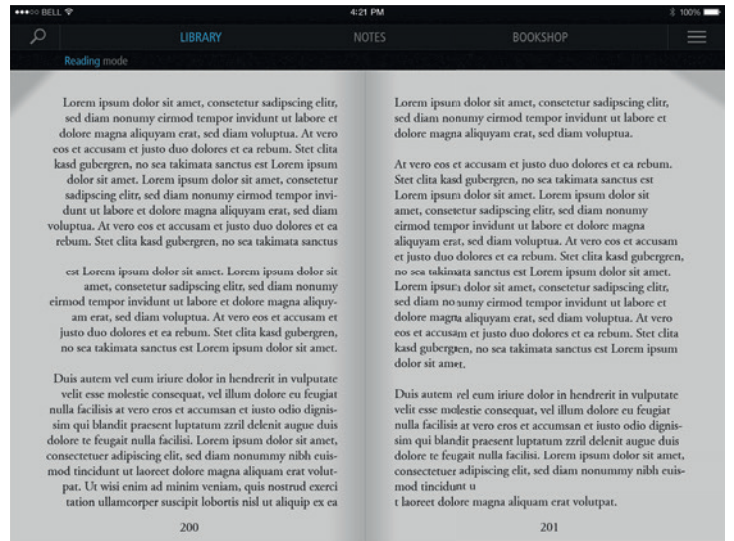
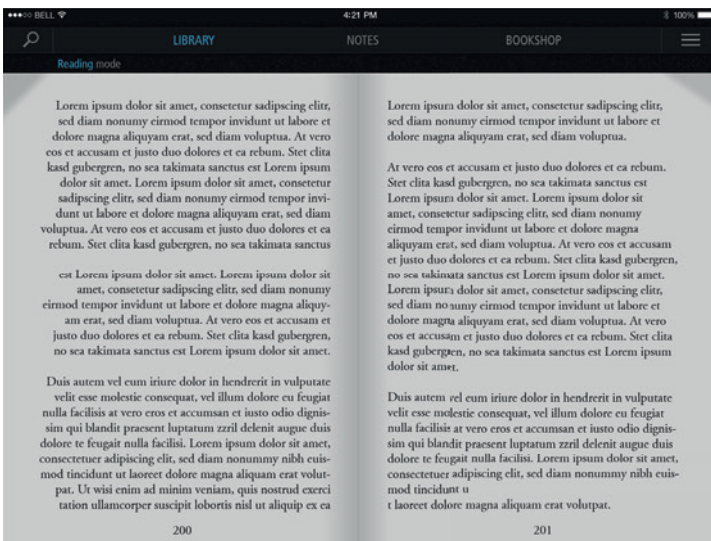
# BOOK MENU

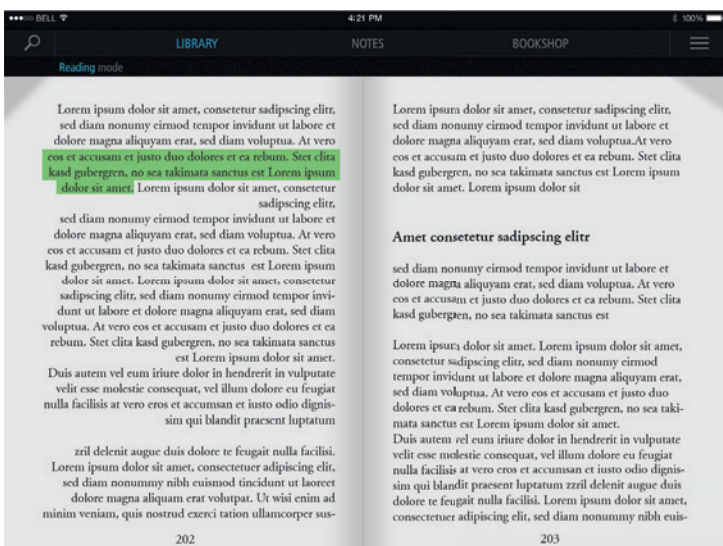
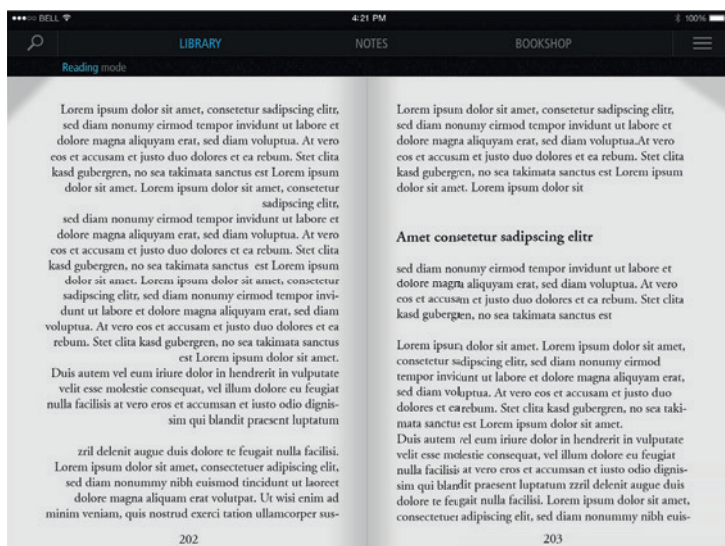
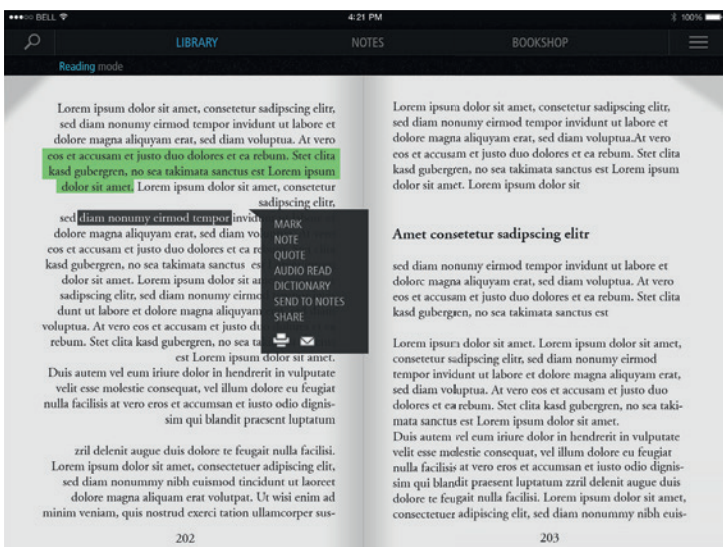
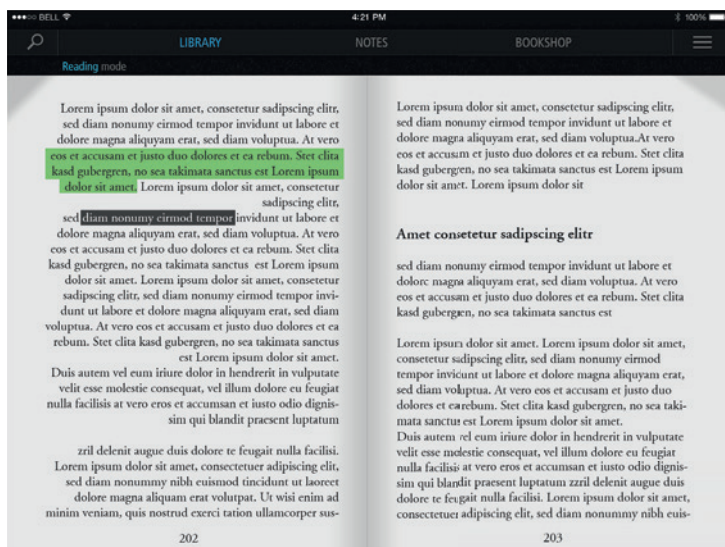
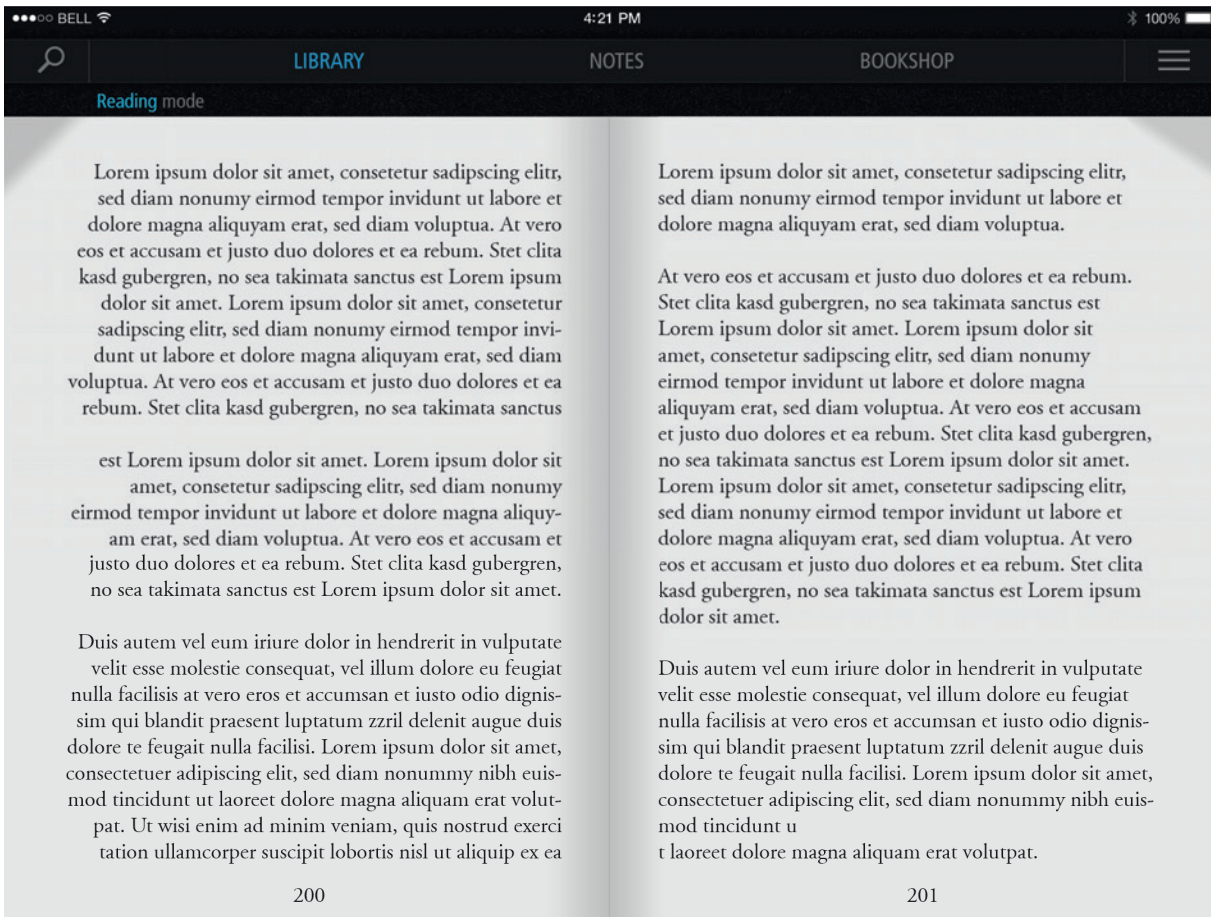




# REA DING

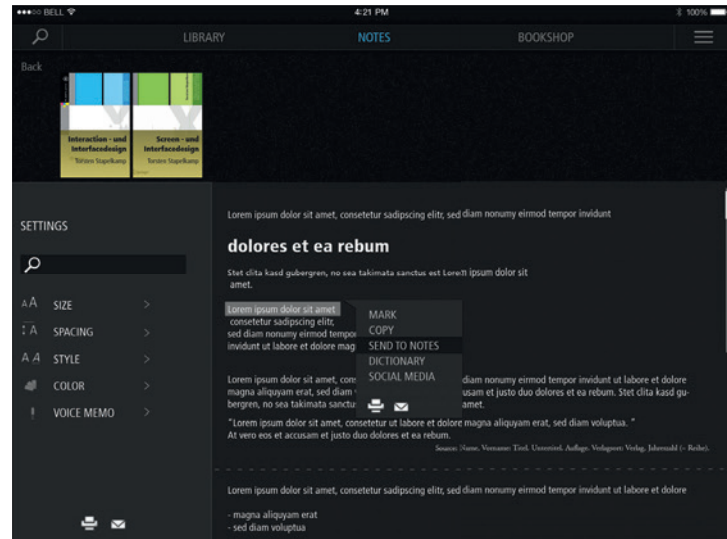
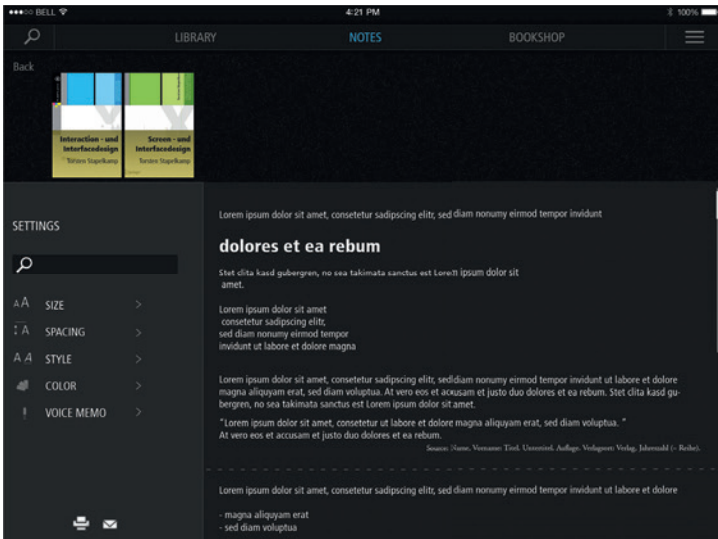
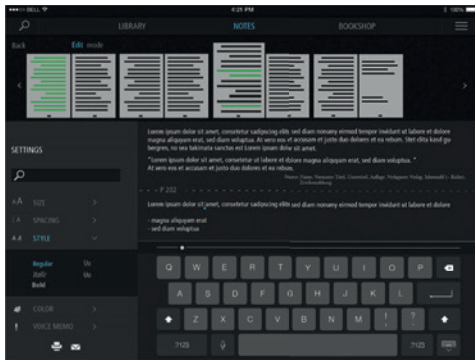
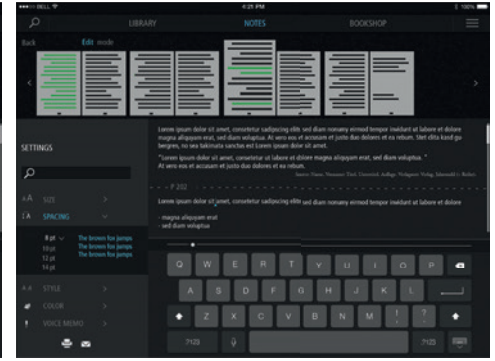
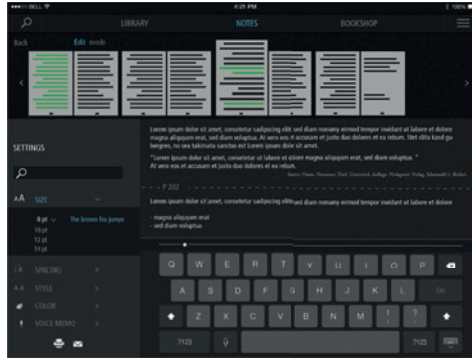
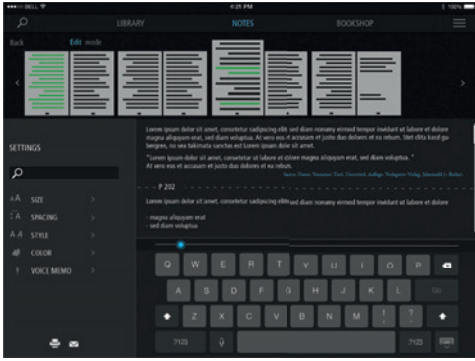
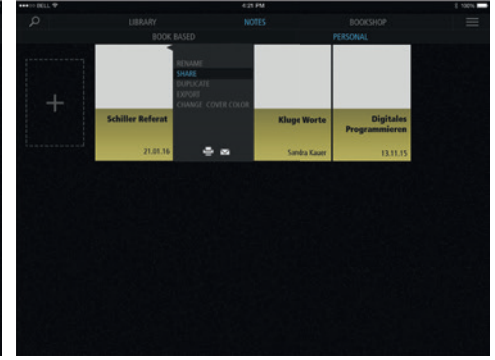
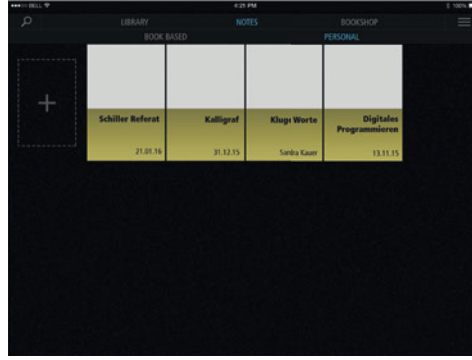
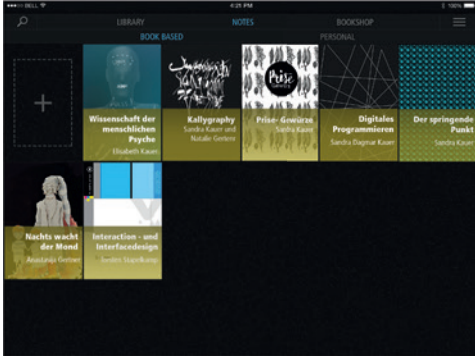
## INDEX



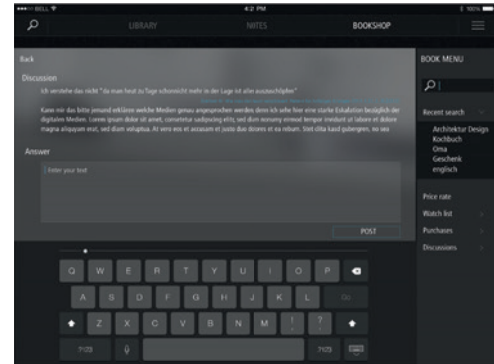
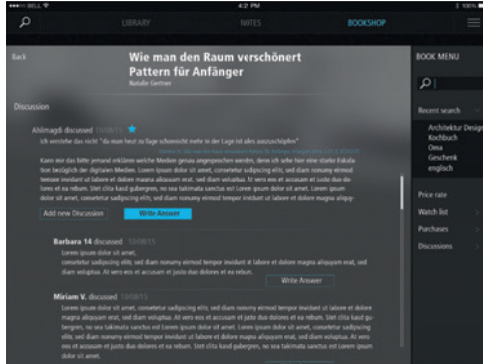
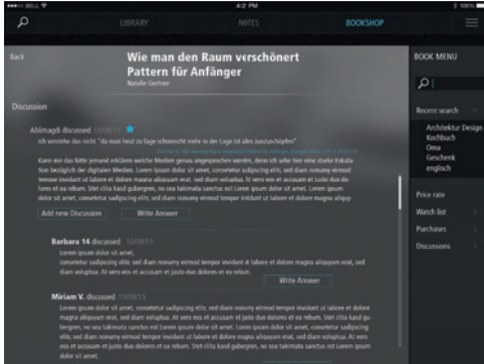
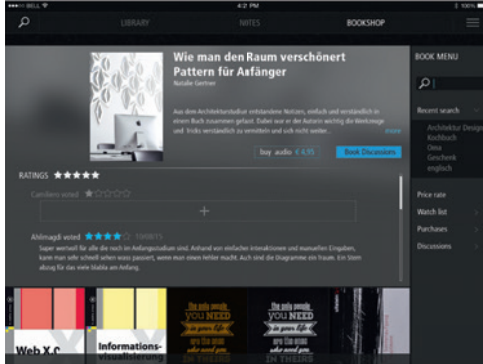
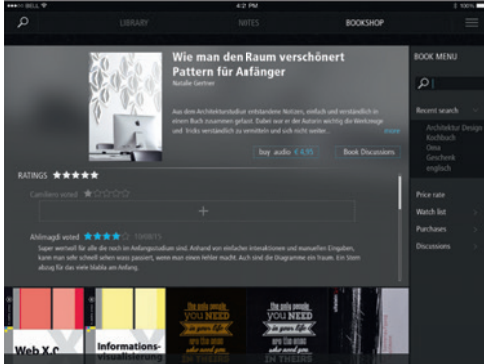
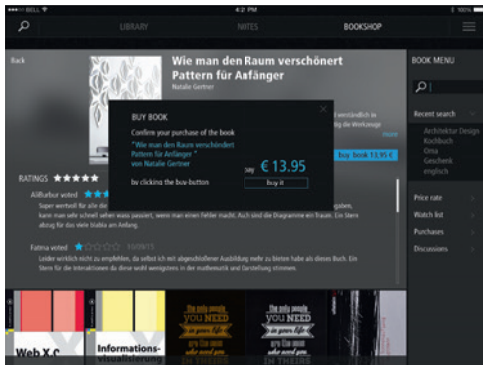
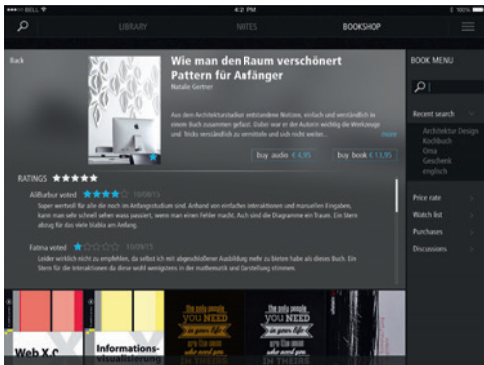
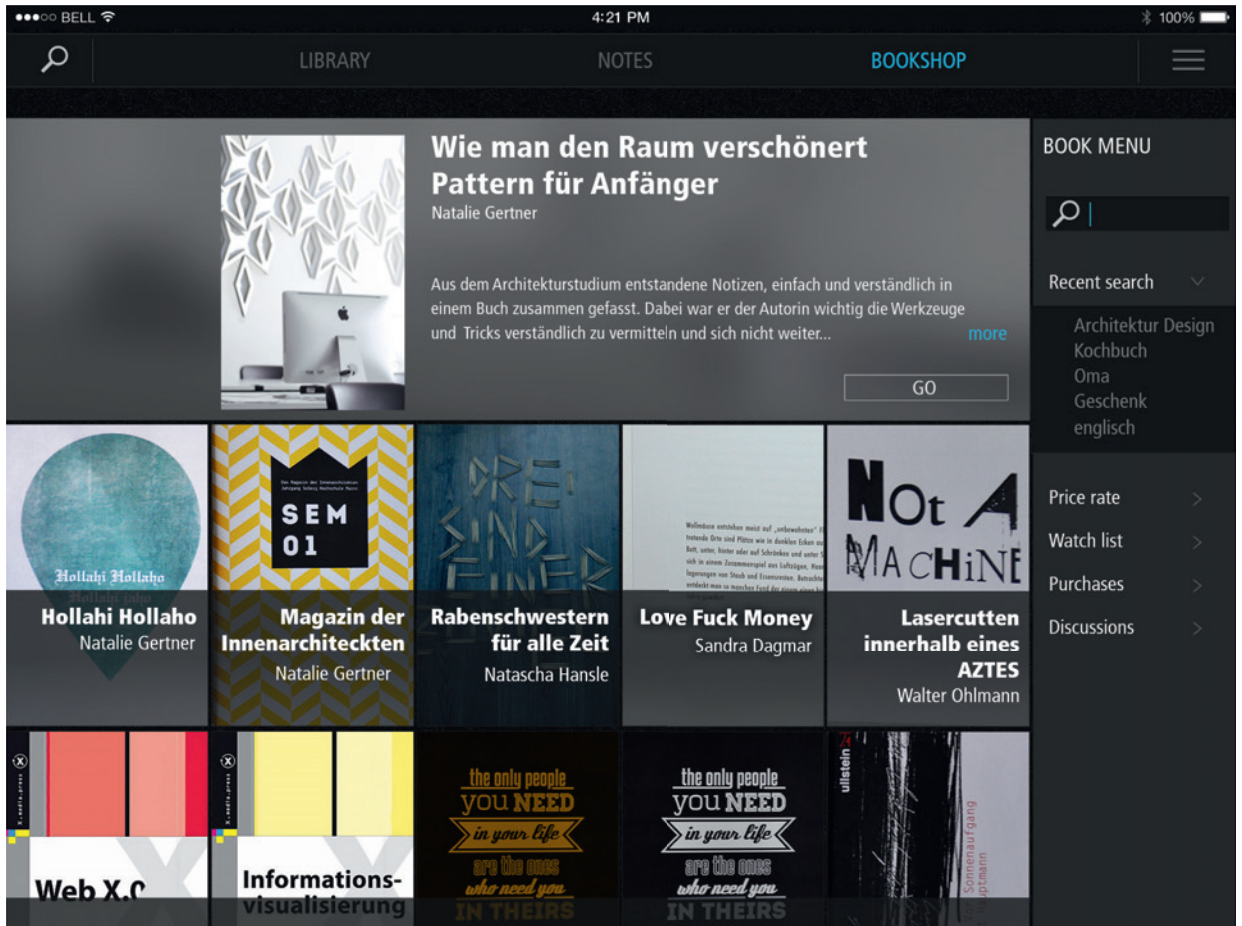


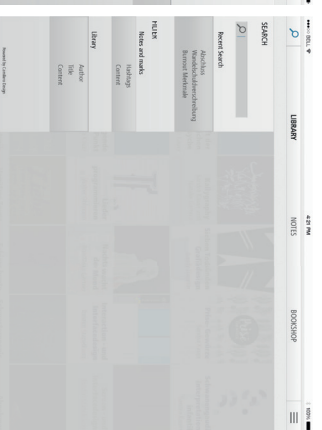
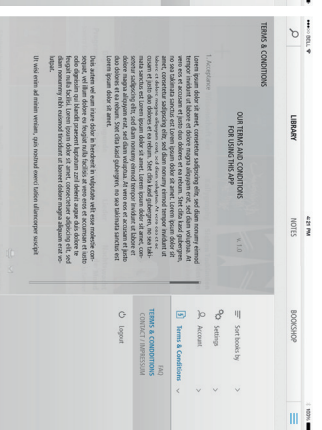
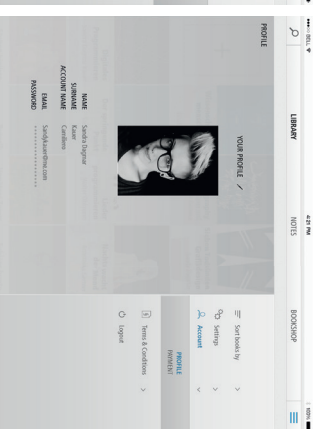
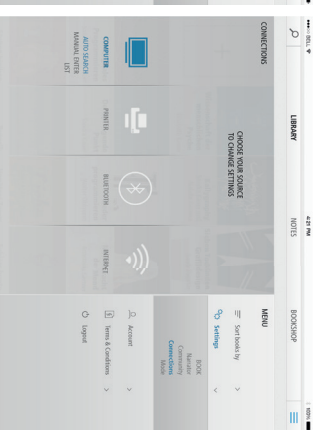
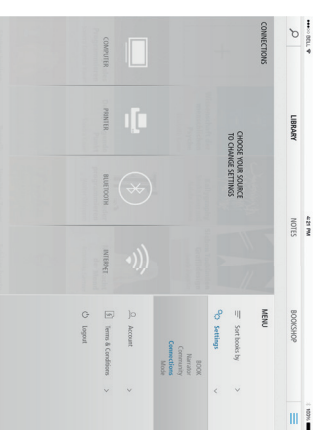
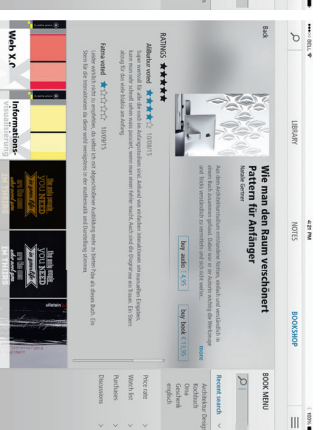
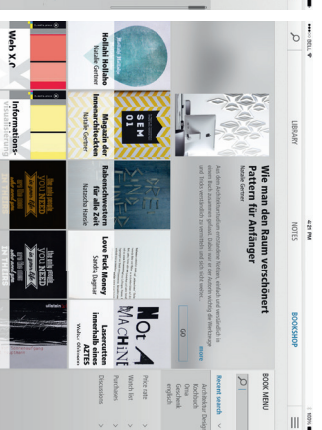
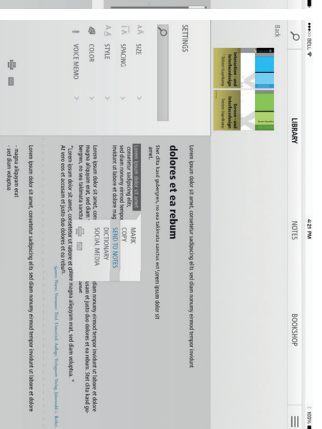
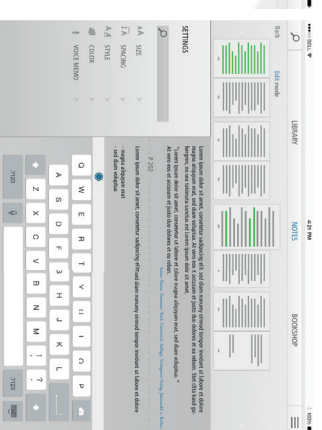
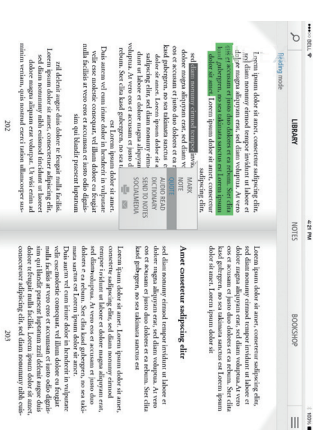
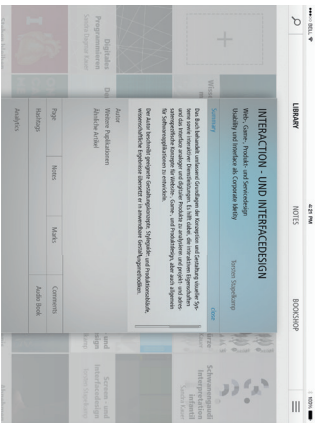
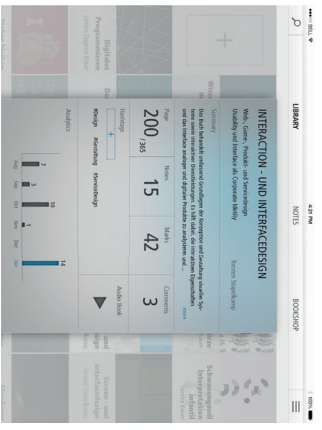
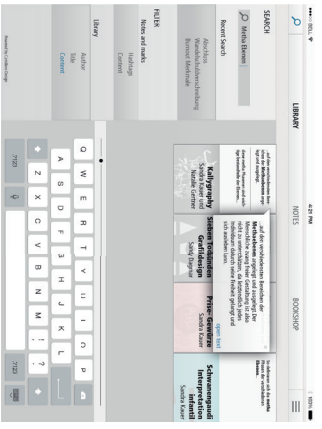
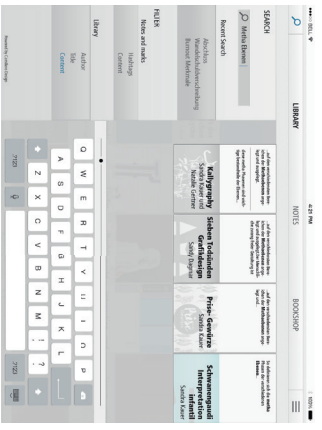
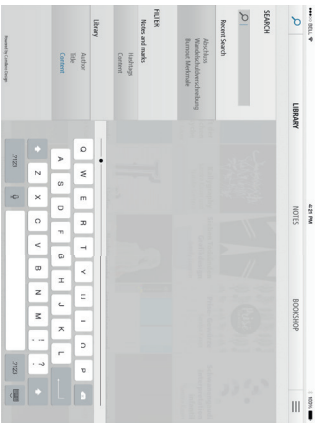
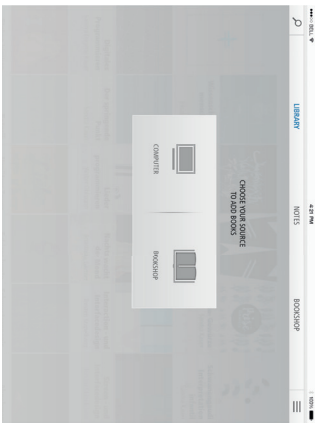
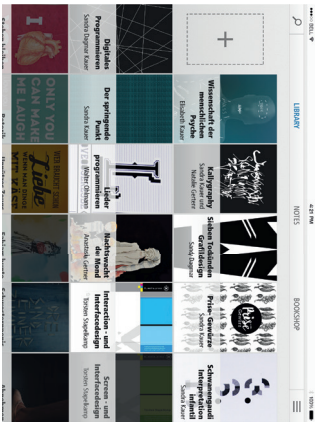
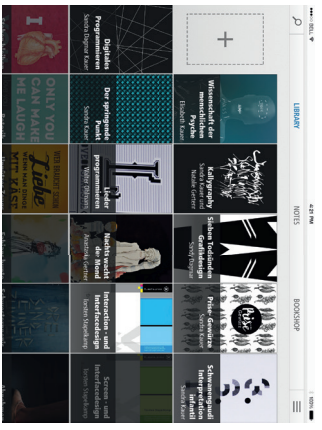
# NOTES

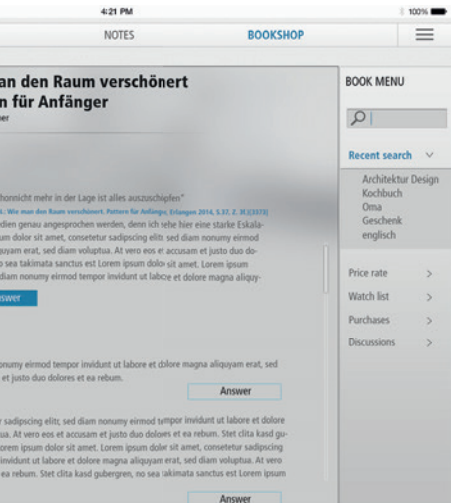
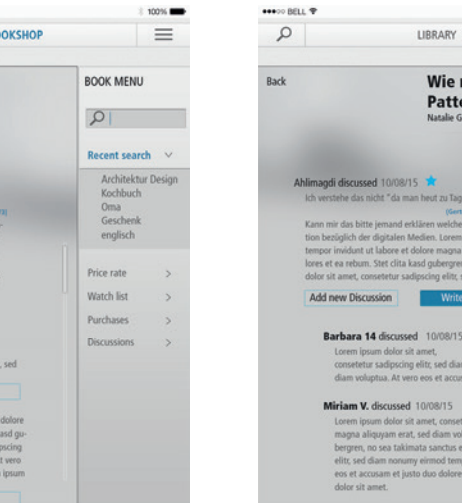
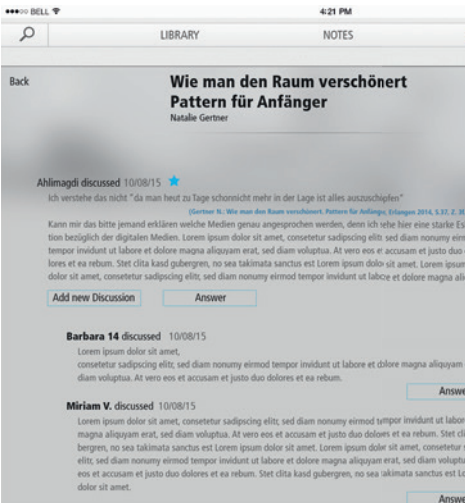
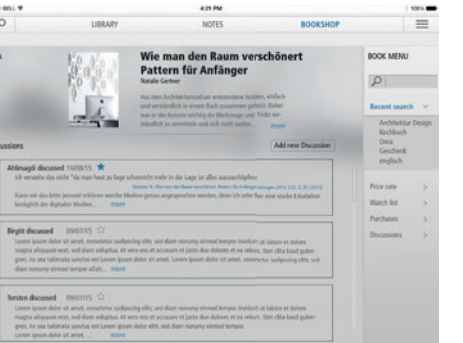
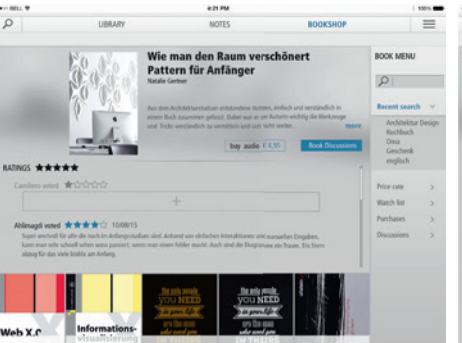
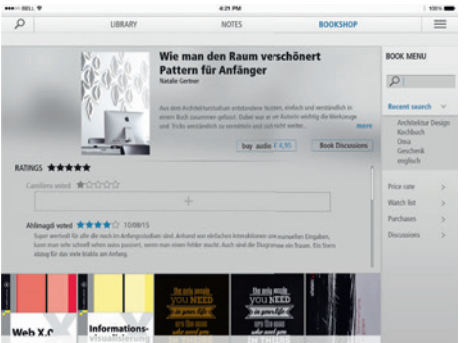
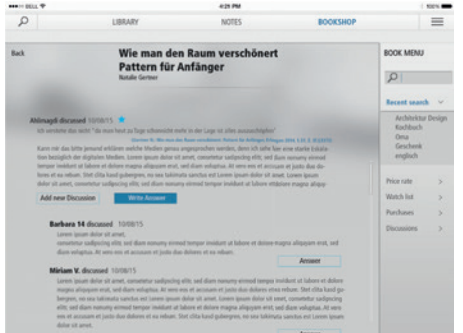
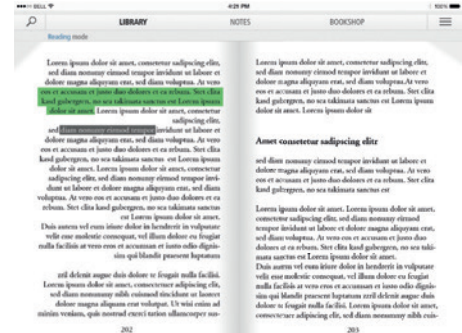
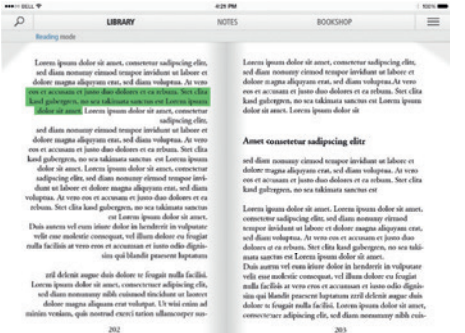
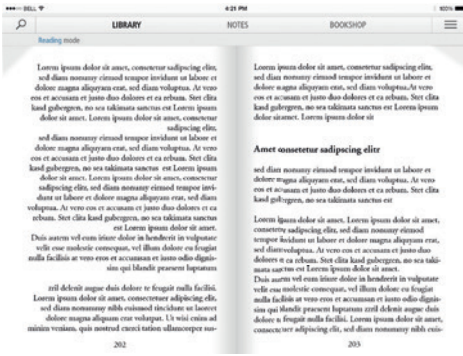
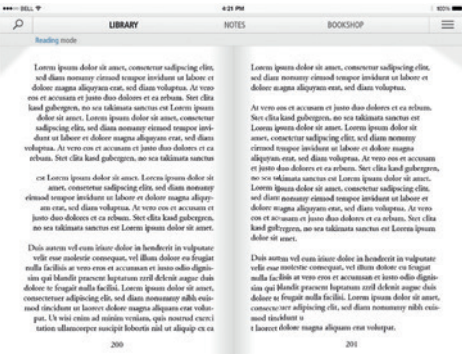
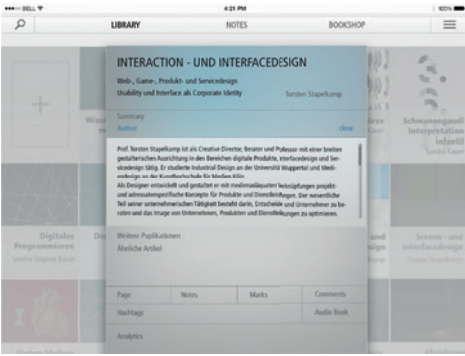
## INDEX



# BOOKSTORE







# DAYMODE

# 6.2. FAR BFI ND UNG

## *DAYMODE*

Der Daymode wird Tagüberaktiviert. Hier dominieren Kräftige Farben und starke Kontraste, damit dem User selbst bei Sonneneinstrahlung eine Erkennbarkeit und Lesbarkeit garantiert wird. So ist es für ihn möglich auch im Freien damit zu arbeiten. Vorwiegend werden für die größeren Flächen helle Farben verwendet. um die Objekte nicht zu fade oder zu eintönig zu gestalten, legte ich auf den hellen Hintergrund einen leichten binten Blureffekt, welcher die Grundfarben der internen Farbpalette aufgreift (Blau, rot, grün, orange). Die Intensität des Effektes ist jedoch sehr gering, so dass sie nur im Unterbewusstsein wahrgenommen wird und das Design als warm empfunden wird. Der Fokus wird demnach nicht fehlgeleitet, sondern unterstützt gezieht das Wohlbefinden und die Farbwahrnehmung der Buchcover. Um dem kommenden Designtrend entgegen zukommen legte ich einen kleinen S/W Verlauf über einige Farbflächen, sodass diese minimal bombardiert wirken und skeuomorphistisch.

## *NIGHTMODE*

Im Nachtmodus wird der Nutzer durch dezente, dennoch klar differenzierbare Graustufen durch das System begleitet. Wichtig war es, dass aktive Verlinungen der Farbe Weiß und Blau nicht überstrahlen. Somit wurde kein voller Weißton angelegt sondern abgesoftet. Werden die Augen beim Lesen gereizt ist es anstrengend, und macht keinen Spass mehr zu lesen. Die Abstufungen sollten keinen harten Bruch schaffen, sondern lediglich Abgränzungen zwischen den Feldern, der Kontrast richtete sich nach Schreibfarbe und Hinter-

grund, so dass immer alles Lesbar ist, aber nicht blendet. Ein harmonisches Gesamtbild sollte entstehen, welches dem Daymode gleicht. Somit mussten separate Farben gewählt werden und konnten nicht einfach intertiert werden, da sonst Weiße Buchtexte auf sehr dunklem Hintergrund erscheinen würden. Das Hauptmenü, welches immer sichtbar ist, ist zwar präsent, dennoch zurück genommen, sodass es beim Lesen nicht stört.

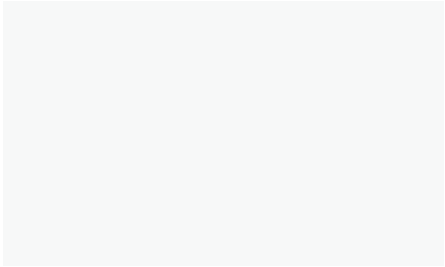
## *HINTERGRUND*

In beiden Varianten wurde in den Hintergrund ein leichter Filter eingebaut, welcher die Qualität des Bildschirms unterstützt. Es sollte eine leichte Filzhaptik entstehen, um die kantigen Bücher ab zu soften. Dennoch entsteht durch eine leichte Kontursetzung der Bücher eine Präzision und Schärfe, welche das Design qualitativ Hochwertig macht.

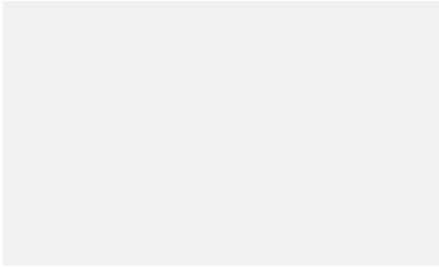
## *COVER*

Jedes Cover besteht aus seiner Erschaffenheit. Der Autor und Titel werden vom System hinzugegeben. Hierfür bekamen die Modi ein transparentes Farbfeld (black & white) um die Betitelungen der Cover lesbar zu machen und einheitlich zu gestalten. Es dient, dass der User besser in schneller die Informationen erfasst : Titel, Autor, Bild.

250 / 250 / 250



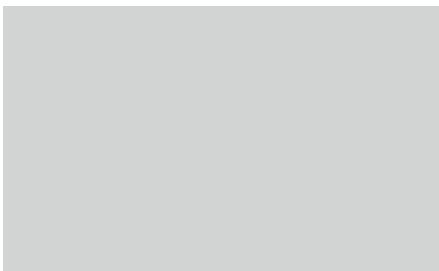
240 / 240 / 240



210 / 210 / 210



220 / 220 / 220



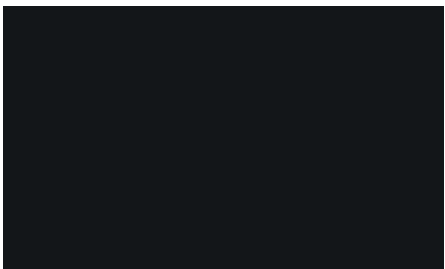
100 / 100 / 100



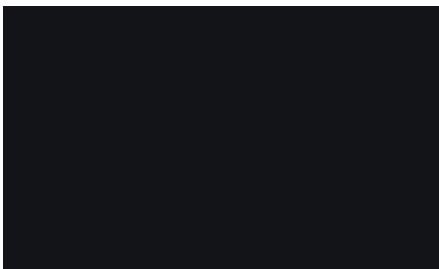
120 / 120 / 120



28 / 28 / 28



27 / 27 / 27



15 / 125 / 170



0 / 150 / 210





# 6.3. TYP OGRAFIE

Folgende Schriften finden sich in der App wieder:

Ich entschied mich für die Schriftschnitte Frutiger, da diese recht offen wirkt und leichte Ansätze der Federführung nachahmt. Sie überzeugt durch Lesbarkeit, vor allem auch Online, da sie breit genug läuft.

Frutiger LT 57 Cn - Bold - 14 (Headlines)

Frutiger LT 57 Cn - Regular - 26 (Bookmenu numbers)

Frutiger LT 57 Cn - Regular - 10 (Popup Headlines)

Frutiger LT 57 Cn - Regular - 9 (Menu)

Frutiger LT 57 Cn - Regular - 8 (Text)

Frutiger LT 57 Cn - Reg / Italic - 6 (Vorschautext)

Frutiger LT 87 ExtraBlackCN - 10 (Cover Font)

Als Buchschrift gibt es zum einen die AGaramond, da es eine alt bewahrte funktionierende Serifenschrift ist, und die Univers zur Auswahl. Die Univers ist zwar ziemlich „ausgelutscht“ dennoch überzeugt sie, da sie auch für kleine Schriftarten geeignet ist. Ihr Erscheinungsbild ist neutral, zurückhaltend, sachlich und ruhig, was einen guten Gegensatz zur AGaramond bietet.

AGaramond LT - regular - 10 (Buchtexte)

AGaramond LT - regular - 12 (Buchheadlines)

HEADLINES

FRUTIGER LT 57 CN - BOLD - 14

MENÜZAHLEN

FRUTIGER LT 57 CN -  
REGULAR - 26

POPUP HEADS

FRUTIGER LT 57 CN - REGULAR - 10

MENÜTEXT

FRUTIGER LT 57 CN - REGULAR - 9

TEXT

FRUTIGER LT 57 CN - REGULAR - 8

VORSCHAUTEXT / SUCHWORT

*FRUTIGER LT 57 CN - REG / ITALIC - 6*

COVER FONT

**Frutiger LT 87 ExtraBlackCN - 10**

BUCHTEXTE

AGARAMOND LT - REGULAR - 10

BUCHTEXTE

AGARAMOND LT - REGULAR - 12