

ex libris

3. Semester: User Centered Design bei Dipl. Des. Alexandre Robert

Liliane Krauss, Michael Fretz, Christoph Brandin

Inhaltsverzeichnis

Phase 1: **Research**

- 1.0 Kontaktpunkte
- 2.0 Research
 - 2.1 Zahlen und Fakten zu ex libris
 - 2.2 Der Online Shop www.exlibris.ch
 - 2.3 Testkauf und Beratungsgespräche (Hauptfiliale Zürich)
 - 2.4 Presse
- 3.0 Analyse
- 4.0 Fazit und Schlussfolgerung

Phase 2: **Optimierung eines interaktiven Kontaktpunktes**

- 5.0 Konzept & Idee
 - 5.1 Paper Prototyping
- 6.0 Digitaler Prototyp
 - 6.1 Ergebnisse der Nutzer-Befragungen/Tests
 - 6.2 Aktueller Stand / Weitere Schritte

Untersuchte Kontaktpunkte



ex libris Filiale

- Kundenschalter
- Personal



www.ex libris.ch

- Kontaktformular
- Sehr ausführlichen „FAQ“-Bereich



Telefon Hotline

Nicht auffindbar!

„Grösster Medienanbieter der Schweiz“



- Führendes Unternehmen im Bereich Musik, Film, Buch und Software/Games
- Tochtergesellschaft der Migros
- Marktführer in der Schweiz
- Umsatz von über 170 Mio. Franken
- Flächendeckendes Filialnetz mit 119 Shops sowie grösster E-Shop der Schweiz im Medienbereich
- Ex Libris beschäftigt 448 Personen
- Hauptsitz in Dietikon
- Traditionell stark im Filialgeschäft verankert
- Der Schwerpunkt liegt im Verkauf von preisgünstigen CDs, DVDs, Bücher und Games/Software.

„Es wird immer eine Kundschaft geben, die ihre Produkte im Laden zum Anfassen haben will“ (Peter Bamert, Geschäftsführer Ex Libris)

- Läden, nicht nur in den Städten sondern auch in mittleren und kleineren Orten
- Bestellservice
- Treuekarte: mit der M-Cumulus-Karte bei jedem Einkauf gepunktet und gespart werden
- Portofreie Lieferung über das Internet



- Der Bereich Electronics wird laufend ausgebaut sowie neue Produkte-Kategorien aufgeschaltet.

- Das stationäre Geschäft mit 120 Filialen wird mit dem Internethandel kunden- und marktgerecht verbunden.

„Wir sind aktiv und führend im Filialgeschäft, im Online-Geschäft sowie im Download-Bereich“.
(Peter Bamert, Geschäftsführer Ex Libris)

2.2 RESEARCH: DER ONLINE SHOP

Informationen über den führenden E-Commerce-shop der Schweiz: [www.ex libris.ch](http://www.exlibris.ch)

- Über 3 Millionen Produkte
- Mehr als 1,5 Mio. Besucher im Monat
- Angeboten werden Bücher, CDs, DVDs/Videos, Software/Games, MP3-Player, USB-Sticks, Speicherkarten, Taschenrechner/Übersetzer und auch Produkte aus dem Office/Papeterie-Bereich

- Einziges Unternehmen in der Schweiz, das seinen Kunden die Wahl-Möglichkeit gibt, im Laden und/oder online Produkte zu erwerben (bzw. Musik herunterzuladen)

- Jede Internet-Bestellung wird portofrei verschickt

- Vorbestellungen, für Artikel, welche erst in einigen Wochen oder Monaten erscheinen, sind möglich.

- Behaupten sich durch Ihre günstigen Preise gegenüber der ausländischen Konkurrenz

- Bezahlt wird einfach, sicher und unkompliziert mit allen gängigen Kreditkarten, Click & Buy (Swisscom-Rechnung) oder gegen Rechnung.

* <http://www.exlibris.ch/info.aspx?code=ueberuns&status=detail&id=45>

„Testkauf und Beratungsgespräche“



Erfahrungsbericht von Liliane Krauss im Ex libris Shop an der Bahnhofstrasse in Zürich. Auf der Suche nach einer CD von „New Order“. Beweggrund: Ich hatte ein paar Gutscheine geschenkt bekommen.

Frage an eine Verkäuferin ob Sie mir sagen kann, ob der Laden eine CD von „New Order“ hat. Bedienung ist freundlich und hilfsbereit, sie geht auf mich ein, ich habe Ihre Aufmerksamkeit. Die junge Verkäuferin schaut mit mir die CD's unter O durch, dann nach Pop... dann unter N. Suche ist vergebens, sie haben nur CD's die sich gut verkaufen.

Nach dem erfolglosen durchsuchen verweist sie mich in den obersten Stock an den Kundenschalter. Die Kun-

denschalterbedienung schaut auf der normalen Ex libris Webseite nach der CD. Sie fragt mich ob New Order der Gruppenname ist oder eine Stilrichtung. Sie schaut und findet auch mehr als 20 Alben und andere Dinge.

Ich wurde aufgefordert aus den gefundenen Resultaten das richtige Produkt zu suchen. Die Bedienung erklärt mir, dass der Shop an der Bahnhofstrasse die Bestellung bestellen müsse, damit ich diese im Shop mit dem Einkaufsgutscheinen bezahlen kann.

Verbleib: Ich schau zuhause auf der Internetseite nochmals genau was ich möchte und bestelle es dann im Shop.



Andersons, Chefredakteur des Wired Magazine,

„nach der ein Anbieter im Internet durch eine große Anzahl an Nischenprodukten Gewinn machen kann. Dieser Effekt trifft insbesondere für den Musik- und Bücherverkauf zu, wo selten verkaufte Titel in einem konventionellem Verkaufsgeschäft zu hohe Kosten verursachen würden.“

Als ich eine Verkäuferin fragte, wo ich französischen Hiphop finden könnte, bekam ich die Antwort, dass Sie so etwas nicht hätten. „Ich solle es doch die Straße runter bei Jelmoli versuchen.“ Weder bot Sie mir an, eine CD für mich zu bestellen, noch verwies Sie mich auf den firmeneigenen Online-Shop www.exlibris.ch.

Kurz darauf kam Sie wieder und meinte Sie hätten eine CD von „Stress“. Da sie aber bei Rock und Pop suchte, konnte Sie die CD leider auch nicht finden. „Kaufversuch“ fehlgeschlagen! Die CD von Stress lag ganz vorne bei HipHop ... schade ;-) !

Erfahrungsbericht von Christoph Brandin: Auf der Suche nach einer französischen Hiphop Musik CD musste ich feststellen, dass das Musiksortiment in der Filiale nur einen kleinen Teil der angebotenen Waren ausmacht. Ein paar Regale im Erdgeschoss und das wars. Die angebotenen Musik CDs, bestanden fast ausschließlich aus Chart-Hits (Verkaufsschlager).

Also alles im Sinne der „Long Tail“ Theorie von Chris

Im Presseteil Ihres Online-Shops „gehen Ex Libris mit Globi und Kasperli Online“¹. Präsentieren sich als „Erster World of Nintendo-Shop in der Schweiz“¹ und strahlen als schweizer Marktführer mit neuem Rekordumsatz von 188 Millionen Franken in 2007. 10% Zuwachs zum Vorjahr.¹

Wenn man jedoch im Web nach Presseartikeln über ex libris sucht, trifft man auf ein ganz anderes Bild. Hier geht der schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband (SBVV) „jetzt auch juristisch gegen ex libris vor. Die Migros-Tochter, die derzeit mit Preisabschlägen von 30 Prozent auf alle deutschsprachigen Büche wirbt, betreibt offensichtliche Kundentäuschung“.²

„ex libris preist auf grossen Inseraten 30 Prozent Rabatt auf alle Bücher an – und lässt damit die kleinen Buchhändler um ihre Existenz fürchten. So war es ein gefundenes Fressen für den Buchhändlerverband, als ex libris am Freitag auf dem Inserat das neue Buch von Franz Hohler mit falschen Preisangaben bewarb. Der SBVV klagte wegen «Verletzung der Preisbekanntgabe».“³

Dem Konsument kanns egal sein. Er profitiert ja nur von ex libris dreister Preispolitik und so feierte ex libris am Freitag, 2. und 3. Mai diesen Jahres „den ersten Geburtstag der freien Preise - 30% Rabatt auf alle Bücher - Online und in jeder Filiale“⁴ und sorgte somit für ein positives Echo bei seinen Kunden.⁴

1 Ex Libris Online Shop <http://www.exlibris.ch/info.aspx?code=ueberuns>

2 - Tagesblatt: „Klage gegen Ex Libris“, <http://www.tagblatt.ch/aktuell/kultur/kultur/art624,621923>, und news.search.ch: „Schwere Vorwürfe an Ex Libris“, <http://news.search.ch/kultur/2008-09-05/schwere-vorwuerfe-an-ex-libris>

3 - „Systematische Täuschung“, <http://www.bazonline.ch/kultur/buecher/story/21834476>

4 - Presseportal: „Ex Libris feiert ein Jahr freie Buchpreise“, http://www.presseportal.ch/fr/pm/100008365/100560245/ex_libris_ag/

Öffentliches Auftreten in Internet und Zeitung



Die Webseite von ex libris macht einen billigen Eindruck. Sie ist nicht wirklich übersichtlich, Informationen werden nicht auf den Kunden zugeschnitten und nur wirkliche Verkaufsschlager finden einen guten Platz auf der Webseite. In der Detailansicht einer CD hat es jeweils einige Verknüpfung zu anderen Produkten welche von weiteren Kunden gekauft wurden, die diese CD gekauft haben.

Das Problem an einer solchen Empfehlung ist, dass zum Teil neben einer Techno CD, eine Volksmusik CD erscheint, weil zum Beispiel ein Kunde für sich und seinen Sohn eine CD bestellt hat. Somit wird diese Funktion überflüssig, denn man kann sich nicht darauf verlassen. Bei Büchern wird

eine Buchempfehlung angegeben, es ist aber nicht ersichtlich wie diese Zustände gekommen ist. Die meisten Musiktitel lassen sich im Web als kurze MP3/Real Media Datei vorhören.



Ex libris macht regelmässig Werbung in verschiedenen Zeitungen. Alle Anzeigen sind ähnlich aufgebaut und leicht zu erkennen. Die Botschaft ist dabei klar - Tiefpreise sind angesagt.

Öffentliches Auftreten der Filiale



Die ex libris Filialen sind alle gleich gestaltet. Fokus liegt auf den Farben Rot, Gelb und Schwarz. Es soll ein günstiger Eindruck erweckt werden. Das Verkaufspersonal tragen alle die gleichen Kleider und sind klar erkenntlich als solche. Die Musik-CDs sind nach verschiedenen Stilrichtungen sortiert.

In den grösseren Filialen gibt es die Möglichkeit ein paar CDs vorzuhören. Leider kann man die CDs nicht selber aussuchen sondern muss zwischen einer vorgegeben Auswahl vorlieb nehmen. Die CD Hörstationen sind im Laden eher am Rande plaziert und werden nicht ins Zentrum gerückt. In einigen Filialen gibt es zusätzlich noch die Möglichkeit in einen DVD reinzuschauen.

Leider kann man auch hier nicht den Film selber auswählen. Fast jede Filiale hat auch eine Bücher, Videogames und DVD Abteilung. Blue-ray Filme sucht man derzeit noch vergebens.

Die ex libris Filialen sind meist eng und der Platz wird optimal ausgenutzt. Ein gmütliches stöbern zwischen den verschiedenen Titeln ist meist nicht möglich. Das angebotene Sortiment beinhaltet hauptsächlich Verkaufsschlager. Nischenprodukte findetet man fast keine. Preislich orientiert sich ex libris an der untersten Grenze. Meist sind die Verkaufsschlager schweizweit am günstigsten.

Fazit und Schlussfolgerung

Allgemein

Das Erscheinungsbild von ex libris ist gewollt „billig“. Der Fokus liegt nicht auf fachlicher Beratung oder einem schicken Auftreten, sondern viel mehr auf kleinsten Preisen. Die Verkaufshits werden möglichst billig angeboten.

Werbung (Print)

Zeigt Aktionen des Sortimentes (Buch, DVD, CD, Spiele), alles in den ex libris „Signalfarben“ gelb und rot.

Internetauftritt

Das Internet ist im gleichen Stil. Gelb, Rot, Weiss. Nicht der Kunde ist im Fokus sondern die tiefsten Preise. Das Angebot ist groß und beinhaltet fast jeden erdenklichen Titel. Sobald man aber nach einem Produkt sucht, welches sich kommerziell nicht gut verkaufen lässt, steigen die Preise. Das Layout ist unübersichtlich und vollgestopft.

Laden / Bedienung

Ist freundlich, aber fachlich nicht immer kompetent. Der Wille eine hervorragende Dienstleistung zu erbringen wurde nach unserer Ansicht ein wenig vernachlässigt. Das Ladenkonzept scheint eine fachliche Kundenberatung nicht eingeplant zu haben, sondern arbeitet mehr nach dem „Hilf dir selbst“ Prinzip

Schlussfolgerung

In den Filialen gehen ex libris noch sehr viele Kunden verloren, obwohl Sie im Internet viel mehr Artikel und nicht nur Verkaufshits anbieten. Warum also dem Kunde nicht die Möglichkeit geben, in der Filiale Produkte einfach per Touchscreen übers Internet zu bestellen und nach Hause zu schicken? Natürlich portofrei!



Das ist auch genau da, wo wir ansetzen wollen. Einen neuen interaktiven Kontaktpunkt schaffen, ohne das ex libris dafür Unsummen bezahlen muss. Umsatzsteigernd und kundennah.

Optimierungs-Phase: 5.0 Konzept & Idee / 6.0 Digitaler Prototyp

Konzept & Idee

Ein Touchscreen für ex libris Filialen zur Vor-Ort-Bestellung von Produkten aus dem Internet: www.exlibris.ch



Fokus haben wir bei unserem Prototyp auf die Sparte Musik gelegt - natürlich wäre es auch denkbar das Touchscreen um andere Produktkategorien wie Bücher, Video-spiele, usw. ... zu erweitern.

Kriterien für das Interface

- Einfache Bedienbarkeit, klare Struktur
- Einladende Wirkung versus ex libris Corporate Design
- Kunden sollen sich die Musik CDs auch schon vorher am Screen per Kopfhörer anhören können.
- Bestellvorgang soll möglichst angenehm sein.

STRESS

Ähnliches
TOP

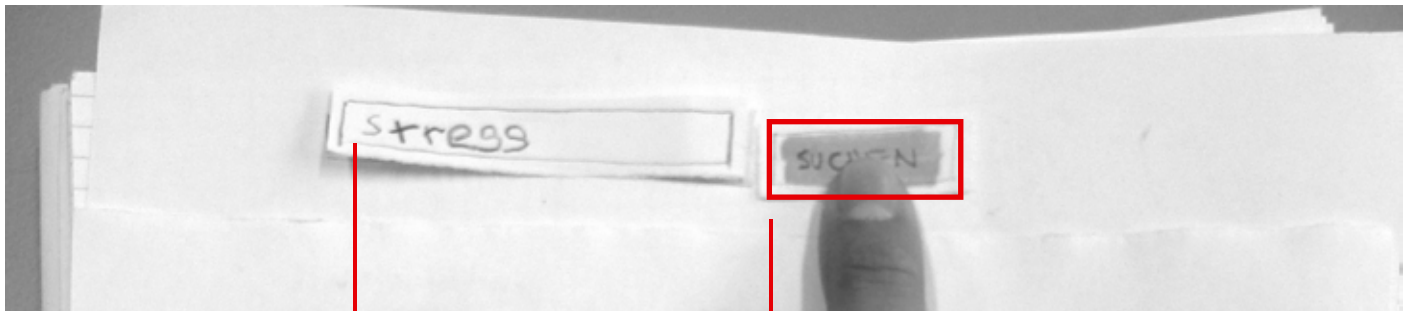
Ähnliches
TOP 3

ALLE
ARTIKEL

Paper Prototyping

1. Suchmaske

In eine Suchmaske wird der gesuchte Musik Interpret eingegeben und los gehts - in diesem Fall der französische HipHop Artist „Stress“.

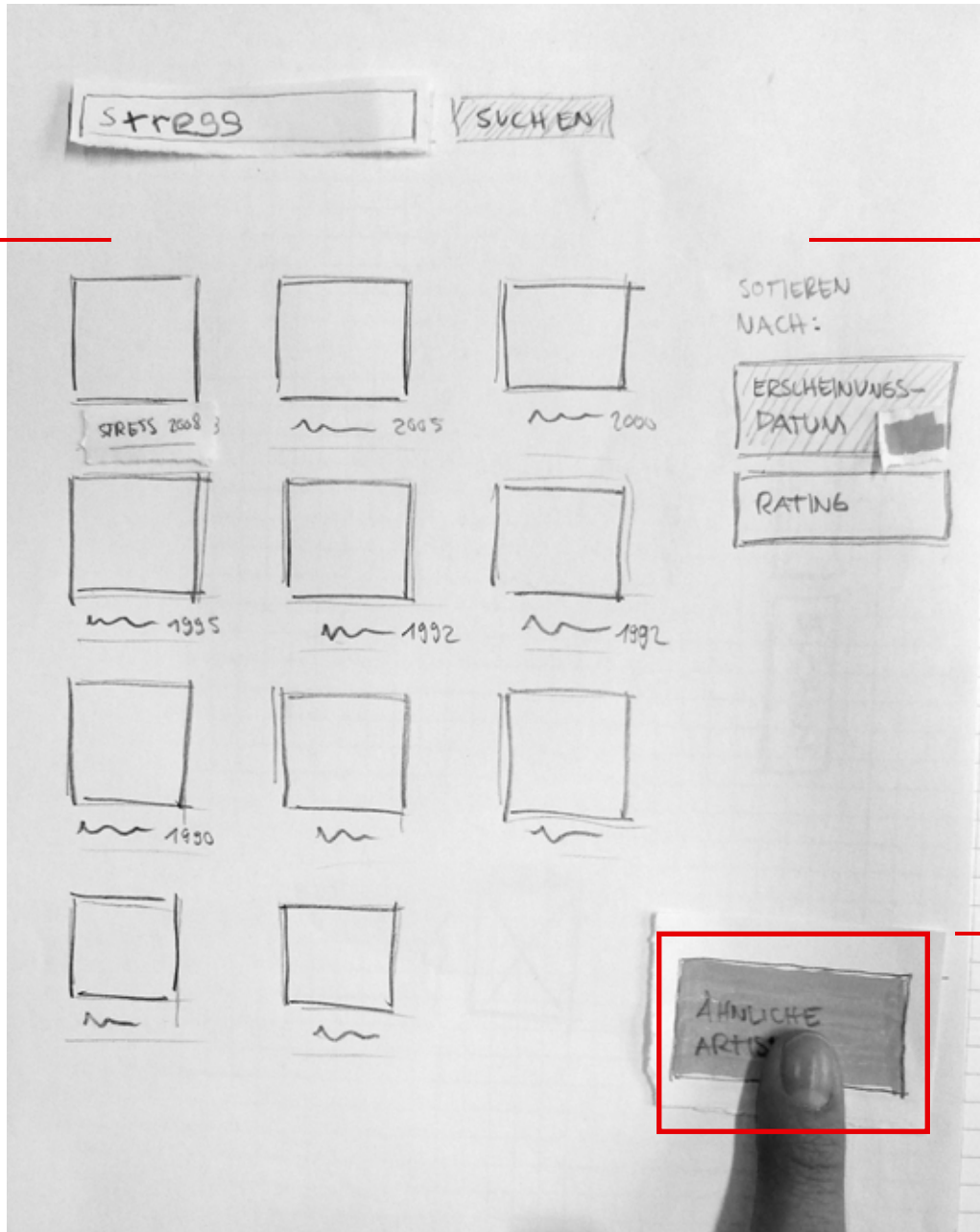


Text Input Field

Button „Suchen“ - der rote Rahmen bedeutet, dass hier „gedrückt“ wird. Weiter geht es auf der nächsten Seite.

2. Suchergebnisse

Alle Alben
und Singles
des gesuch-
ten Inter-
preten mit
Cover, Titel
und Erschei-
nungsdatum

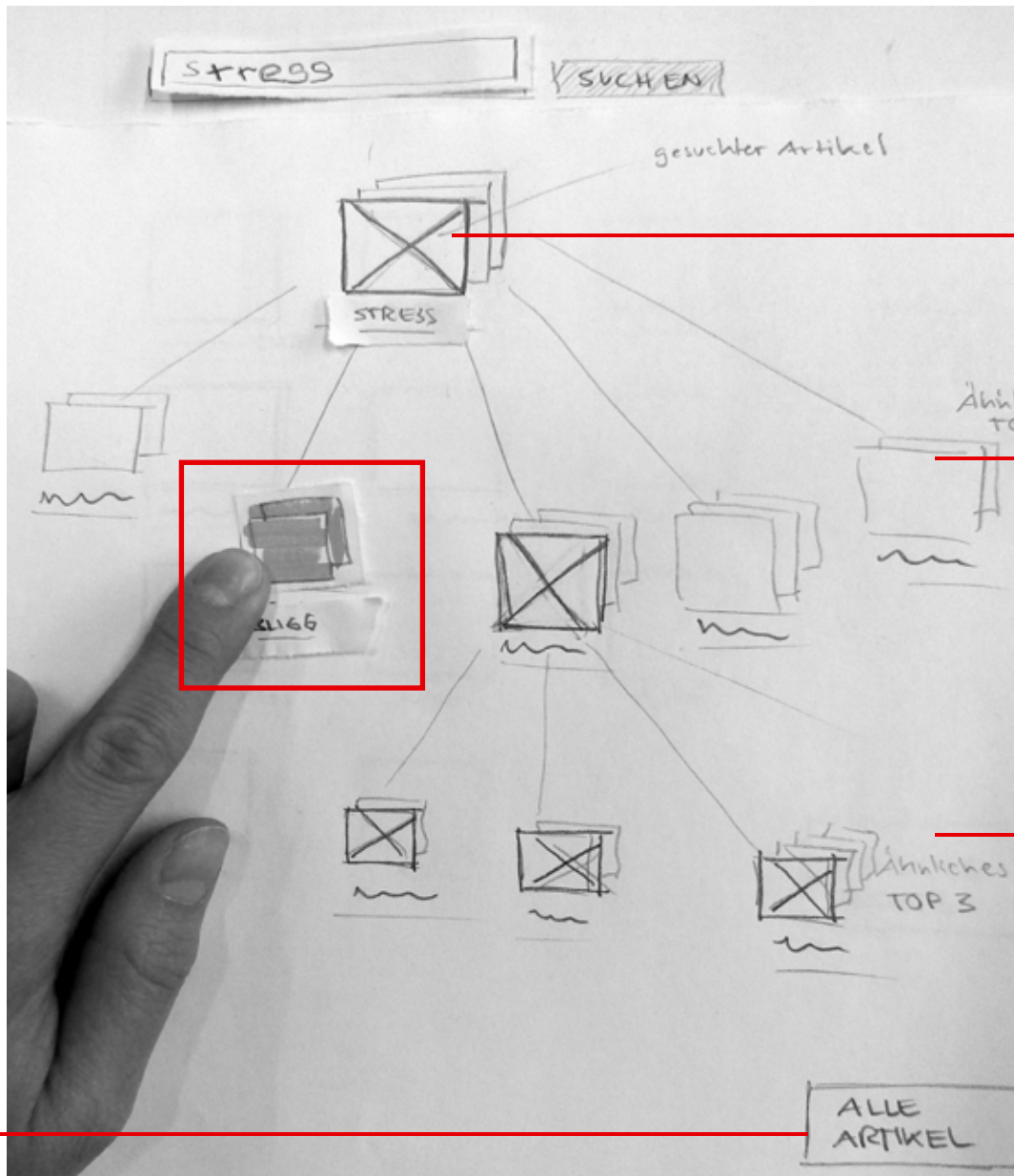


Sotierungs-
möglichkei-
ten:

nach Erschei-
nungsdatum
und User
Rating von
LastFM

Ähnliche
Künstler des
gesuchten
Interpreten
suchen

3. Ähnliche Künstler



gesuchter Interpret („Stress“)

Die 5 ähnlichsten Interpreten: Kriterium ist dabei Last.FM

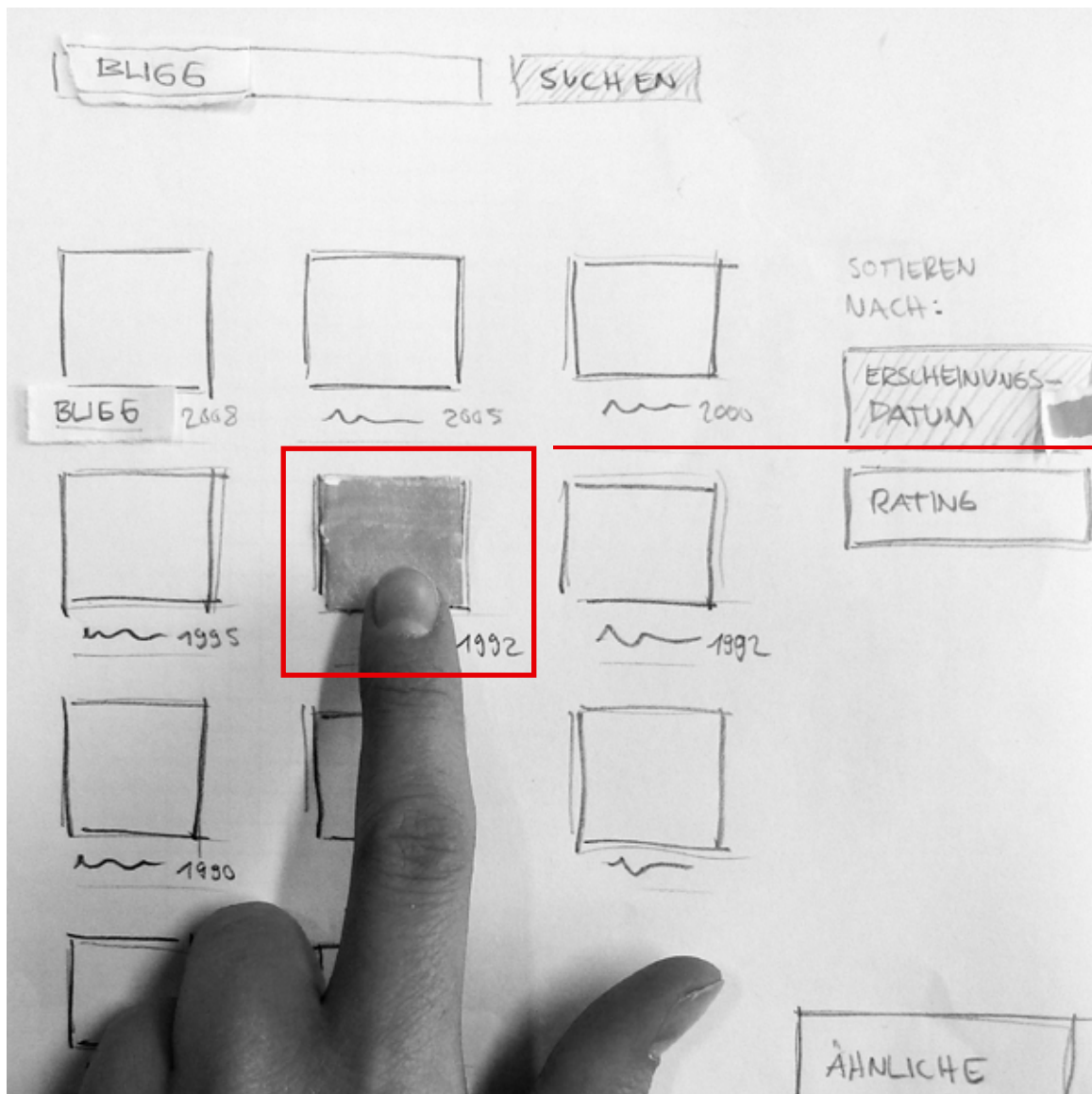
Eine weitere Hierarchiestufe wäre denkbar

Zurück zu allen Alben und Singles des gesuchten Interpreten

ALLE ARTIKEL

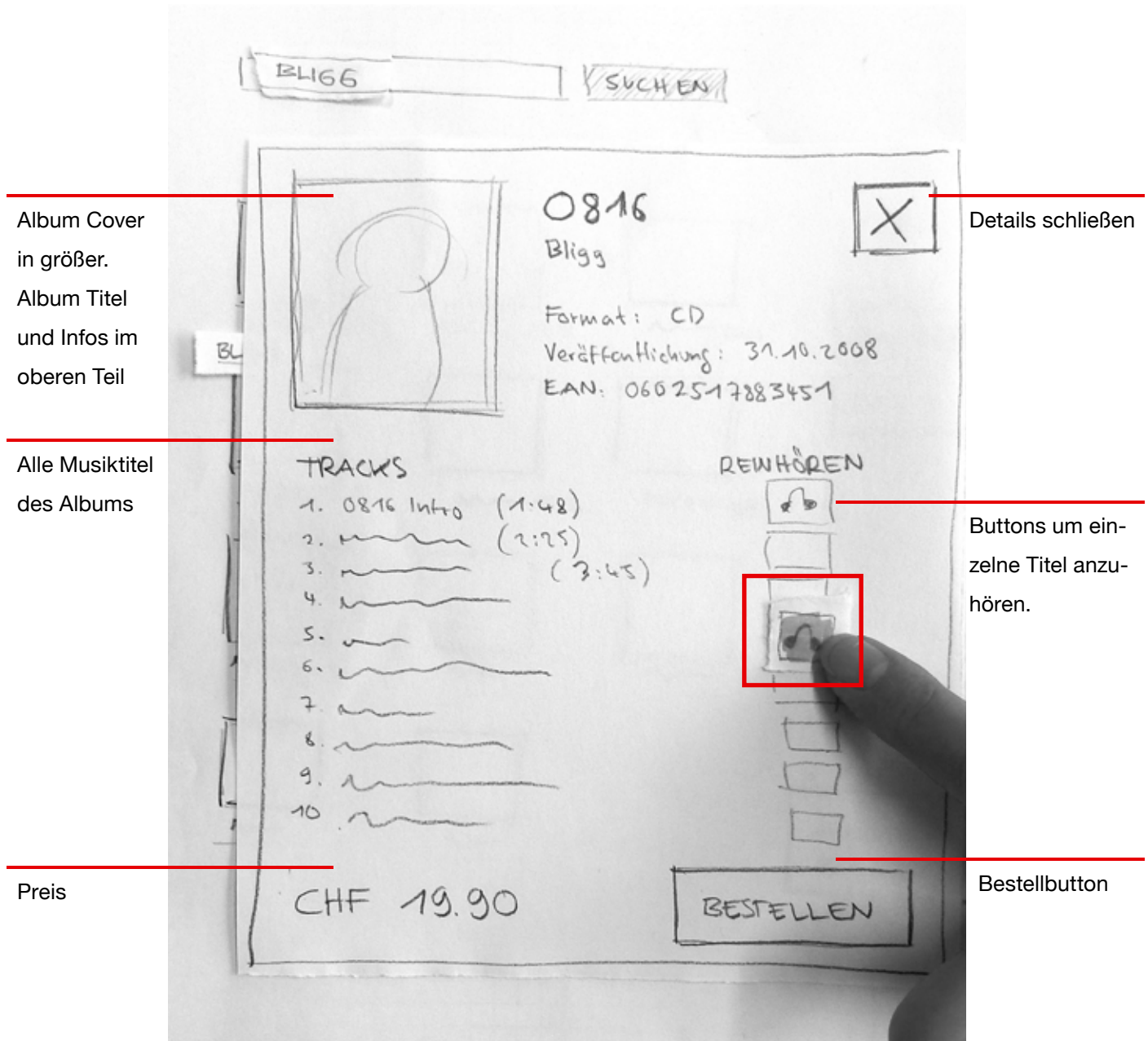
4. Auswahl eines Artikels

Über ähnliche Künstler ist unser Testuser beim Interpreten „Bligg“ gelandet und interessiert sich hier für eines seiner Musik-Alben.



Durch „Klick“ aufs Cover gelangt der User zu den Alubm-Details.

5. Album Details





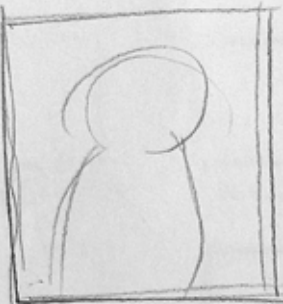
BEJELLEN

CHF 13 30

6. Ok. Genug gelauscht. Jetzt wird gekauft.

BLIGG

X

 0816
Bligg

Format: CD
Veröffentlichung: 31.10.2008
EAN: 0602517883451

BL

TRACKS

1.	0816 Intro	(1:48)
2.	~~~~~	(2:25)
3.	~~~~~	(3:45)
4.	~~~~~	
5.	~~~~~	
6.	~~~~~	
7.	~~~~~	
8.	~~~~~	
9.	~~~~~	
10.	~~~~~	

REINHÖREN

<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

CHF 19.90

7. Bestellformular

Ergebnisse der ersten Usertests und Befragungen anhand des Paper Prototyps:

BL166 SUCHEN

EX-LIBRIS BESTELLFORMULAR

Anrede

Vorname

Name

Zusatz

Strasse

Plz

Ort

Land

E-Mail

" best

Telefon

Cumulus Nr.

Lieferadresse identisch

ich möchte Newsletter

weiter

Nachdem wir den Paperprototyp mit einigen Testusern durchgespielt haben, stellten wir fest, dass die meisten Testbenutzer eine solche Applikation als interessant empfanden. Die Funktionen wurden im Ansatz verstanden und erstes Feedback konnten wir gleich anpassen. Aufgrund des relativ abstrakten Vorgehens konnten einige Testuser nicht immer gleich verstehen wie den ein Ablauf wirklich funktionieren soll, deshalb entschlossen wir uns, eine funktionierende Lösung zu entwickeln.

Digitaler Prototyp

Finales Layout

Musik suchen, hören, bestellen
und portofrei nach Hause schicken.

ex libris
www.exlibris.ch

Moby - Hotel

Format: CD
Stil: Pop
Veröffentlichung: 14.03.2005
EAN: 0724386061027

Tracks

1. hotel Intro (01:55)
2. Raining Again (03:46)
3. Beautiful (03:12)
4. Lift Me Up (03:19)
5. Where You End (03:22)
6. Temptation (04:55)
7. Spicers (03:45)
8. Cream About Me (03:21)
9. Very (03:43)
10. I Like It (03:46)
11. Love Should (03:52)
12. Slipping Away (03:39)
13. Forever (03:39)
14. Homeward Angel (05:50)
15. Hidden Track (04:51)

Ähnliche Künstler

Technische Details

Nach dem Paperprototyp setzen wir uns daran mit HTML und CSS ein Design zu entwickeln. Wir entwickelten mehrere Design Lösungen und verglichen diese zusammen mit verschiedenen Testusern. Wie entschieden uns das Design zu integrieren welches dem CI von ex libris am nächsten kommt. Die relativ einfach gehaltene Lösung wurde von vielen Benutzern als übersichtlich und einfach verständlich verstanden.

Im Hintergrund unserer Applikation verwendeten wir das PHP Last.FM API von matto1990.com. Mit Hilfe dieser

Applikation konnten wir die Daten von Last.FM abfragen und für unsere Anwendung aufbereiten. Mit Script Aculos (<http://script.aculo.us>) verwendeten wir das Javascript Framework welches hauptsächlich für das Anzeigen der Daten und die Animationen eingesetzt wurde. Auch mit Javascript haben wir eine Tastatur entwickelt, welche auf dem Touchpanel eingesetzt wurde. Da wir eine Art Template verwendet haben konnten in unserer Entwicklungsphase mehrere Designs gleichzeitig auf der Applikation verwenden und diese mit einem JumpMenu einfach umschalten.

Alternatives Layout

URL zur Demo: <http://ucd.michaelfretz.com>



Ergebnisse der Nutzerbefragungen / Tests



Aufgabenstellung für unsere Testuser

Bevor unsere Testbenutzer eine konkrete Aufgabenstellung bekommen haben, sollten diese den Touchpanel ausprobieren und herausfinden was damit gemacht werden kann. Im Anschluss mussten die Benutzer eine konkrete Aufgabenstellung erledigen.

Wir baten unsere Tester nach dem Künstler „Faithless“ zu suchen. Anschliessend sollten die Benutzer ähnliche Künstler nachschlagen und eine CD von einem Gefunden bestellen.



Ergebnisse

Während des Testes haben wir die Schritte und Aussagen dokumentiert. Probleme hatten einige User mit der Tastatur. Oft erkannten die Testuser nicht auf den ersten Blick wie Sie zum Tastaturfeld kommen sollten. Auch der Suchbutton wurde nicht immer klar erkannt. Weiter stellten wir fest das versiertere Computer Benutzer schneller die Drag and Drop Funktion erkannten als solche die wenig mit einem Computer arbeiten. Wünsche gab es im Bereich der

Anzeige vom Ladestatus der Daten. Oft wussten die Testuser nicht ob sie nun richtig gesucht haben weil kein Status angezeigt wurde. Der Button „Ähnliche Künstler“ wurde auch als zu klein gewertet. Aufgrund des Feedbacks unserer Testuser haben wir unser Design angepasst. Zum einen haben wir die Schaltflächen verändert, sowie auch eine Ladeanzeige eingebaut. Weiter mussten wir weitere Funktionen ändern damit der Ablauf vereinfacht wurde.

Aktueller Stand / Weitere Schritte

Im großen Ganzen kommt das Touchpanel sehr gut an bei unseren Testusern. Natürlich gibt es noch einige Punkte, an denen wir arbeiten sollten:

Zum einen sollten wir noch die Möglichkeit integrieren das nach einem Lied oder Musikgenres gesucht werden kann. Ein weiterer Punkt wären die GUI Elemente. Diese sollten deutlicher werden, mehr Haptik erhalten und eventuel grösser sein. Da die Plattform für ex libris erstellt wurde müssen alle anderen Produkte auch in der Applikation gefunden werden können. Als letzter aber sicher wesentlicher Teil den man integrieren muss ist der Abgleich mit der Datenbank des aktuellen ex libris Sortiment. Mit dieser Funktion könnte verhindert werden, dass Alben und Produkte angezeigt werden welche nicht im Sortiment vorhanden sind.

Grundsätzlich kann man aber sagen, dass man mit der Demoversion welche auf <http://ucd.michaelfretz.com> liegt einen guten Eindruck gewinnen kann, wie ein zukünftiges Empfehlungssystem in einem Shop funktionieren könnte.