



# Locally:)

*Sustainable Travel and Local Support*

**Marvin, Micha, Mira, Niklas  
Innovative Konzept WS21/22**

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3	Reisebüro	31
Vorgehen	4	Prototypentest	32
Problemfindung	5	Ausblick	34
Stakeholder	6	Fazit	35
Treppe der Abstraktion	7	Anhang	37
Personae	8	Problemfindung	37
Good & Evil	10	Stakeholder	38
Belege	11	Treppe der Abstraktion	39
How Might We	12	How Might We	40
Mom-Test	13	Mom-Test	41
Galerie der Ideen	14	Galerie der Ideen	42
Crazy Eight	16	Lösung	46
Lösung	17	Empathy Map	47
Empathy Map	18	Interview	48
Interview	19	Synektik	50
Synektik	20	Storyboard	51
Competitor Vergleich	21	Prototyp	52
Local Guide	22	Lean Canvas	55
Lego & <u>Scribblen</u>	23	Reisebüro	56
Storyboard	24	Prototypentest	57
Prototyp	26	Arbeitsaufwand	65
Hypothesen	28	Quellen	66
Lean Canvas	29		
Finanzierung	30		

# Vorwort



## Challenge

“Reisen neu denken. Wie schaffen wir es, mit Hilfe digitaler Medien ein (sicheres) Reiseerlebnis anzubieten, das die Kriterien maximaler Nachhaltigkeit berücksichtigt und gleichzeitig wesentliche Bedürfnisse des Reisens (Neugier, Fremdheit, Austausch -Kameradschaft, Spaß - Fernweh, Erlebnis, Action - Erholung, Wellness, Luxus ...) möglichst gut erfüllt.”

So lautete die Challenge für das WS 2021/2022 im Modul Innovative Konzepte.

Während des ersten Brainstormings zur Ideenfindung haben wir uns schnell auf die Verständigungsprobleme auf Reisen fokussiert. Wir haben uns mit die Vor- und Nachteile notiert, die man hat, wenn man eine Landessprache spricht. Das Ergebnis war, dass die Sprache ein individuelles und selbstbestimmtes Reisen ermöglicht. Ausgehend von diesem Ansatz haben wir uns weiter mit dem Thema Individual- und Pauschalreise” beschäftigt und sind auf folgendes Problem gestoßen:



Viele Menschen reisen pauschal - und nicht individuell. Während sie unterwegs sind, entscheiden sie sich für Massentourismus-Attraktionen und weniger für lokale, nachhaltige Attraktionen, wodurch sie weder etwas über die Lebensweise der Einheimischen lernen können, noch einen positiven Impact auf die Region haben.



## Ziel

Dieses Problem wollen wir lösen, indem wir den Reisenden den Komfort und die Einfachheit einer Pauschalreise auch bei einer individual geplanten Reise ermöglichen. Wir wollen dies über eine innovative und nachhaltige Tagesplanung angehen. Unser Ziel ist es, dass die Reisenden sich intuitiv und einfach ihr Programm für den Tag zusammenstellen und dabei schon Einiges über die lokalen Attraktionen (Sehenswürdigkeiten, Cafés, Restaurants, etc.) lernen können. So findet man nicht nur Informationen über die Attraktion selbst, sondern auch eine Einschätzung, wie nachhaltig und lokal diese ist. Durch die vermehrte Wahl von Attraktionen mit lokalem Bezug wird den Reisenden die Lebensweise und Kultur der Einheimischen beigebracht und jene werden finanziell unterstützt.



## Team Locally



Marvin



Micha



Mira



Niklas

Und unser Freund und Markenzeichen  
*Colloqecko der Gecko*  
darf natürlich auch nicht fehlen:



# Vorgehen

Wir haben uns das Design-Thinking-Framework zur Hilfe genommen, um mit einer klaren und funktionierenden Struktur an die Definition des Problems und das Finden einer Lösung heranzugehen.

Das Design-Thinking-Framework ist in die folgenden Schritte unterteilt:



## Empathize

Als Erstes geht es darum, möglichst viele Informationen über die Nutzer\*innen und ihre Probleme zu sammeln.

Indem man die Sichtweise der Nutzer\*innen annimmt, entfernt man sich von den eigenen Annahmen und Vorurteilen und findet die Eigenschaften und Bedürfnisse der Zielgruppe heraus.

In dieser Phase finden Beobachtungen, Interviews, Umfragen und Recherche statt.



## Define

Alle gesammelten Informationen und Daten aus der vorherigen Phase werden analysiert und die wichtigsten Aspekte aufgedeckt gemacht.

Es wird priorisiert, Personas erstellt und erste Lösungsideen durch die Methode „How-Might-We“ gesammelt.



## Ideate

Das Problem und die Zielgruppe sind definiert und nun geht es an die Ideenfindung.

Es werden die verschiedensten Kreativtechniken ausprobiert, um von allen Sichtweisen an Lösungen zu kommen und auch einmal „Outside-the-Box“ zu denken.

Von Brainstormings über Crazy Eight und Synektik. Hier sind der Kreativität der Entwickler\*innen keine Grenzen gesetzt.



## Prototype

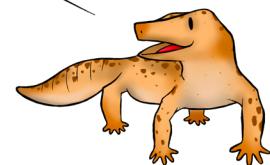
Prototypen dienen dazu, für die Nutzer\*innen sichtbare und anfassbare Interaktion mit der Lösung anzubieten und wertvolles Feedback zu bekommen. Für die jeweiligen Probleme aus den vorherigen Phasen werden Hypothesen und Lösungsideen aufgestellt, die durch den Prototypen dargestellt, validiert und ggf. angepasst werden sollen.



## Test

Die Prototypen werden nun mit potenziellen Nutzer\*innen auf vorher festgelegte Art und Weise getestet und das Feedback wird gesammelt. Hier wird das erste Mal bestätigt, ob man mit Zielgruppe, Problem und den Lösungsansätzen richtig liegt. Durch die Testphase wird so lange iteriert, bis die Lösung auf bestmögliche Art und Weise im realen Kontext verwendet werden kann.

“Die Farben und Icons sorgen dafür, dass man die einzelnen Abschnitte des Portfolios ganz leicht dem jeweiligen Schritt vom Design-Thinking-Prozess zuordnen kann!”





# Problemfindung

## Verständigungsproblemen auf Reisen: Ein Brainstorming

### Vorteile

Mehr Vertrauen zu Locals

Einwohner sind angenehm überrascht  
-> freundlicher

Man fühlt sich wohler, wenn man die Sprache spricht

Interaktion mit Einheimischen möglich

Einfacher Menschen kennenlernen

Restaurantbesuche werden angenehmer

Man ist nicht auf touristische Angebote angewiesen

Man kann sich in Städten besser zurechtfinden

Leichter im Restaurant zu bestellen

### Nachteile

Verständigung auf anderem Wege

Verständigungsprobleme können zu gefährlichen Situationen führen

Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel ist schwierig

Man ist der Übersetzer in einer Gruppenreise

Individuell Reisen ist schwierig, wenn man die Sprache nicht spricht

Abhängigkeit von Anderen

Alltägliches fällt schwer



## Methodenbeschreibung

Zu Beginn des Projektes mussten wir uns im Team auf ein Thema einigen. Wir hatten die grobe Idee die Verständigungsprobleme in fremden Ländern zu thematisieren.

Um dieses Problem genauer zu definieren haben wir ein Brainstorming durchgeführt, in dem wir Vor- und Nachteile auf einem Whiteboard sammelten. Das Brainstorming findet sich im Anhang auf S. 37.



## Ergebnis & Reflektion

Wir sind auf das Problem gestoßen, dass viele Reisende eine Pauschal- anstelle von einer Individualreise unternehmen.

Sie entscheiden sich für Massentourismus-Attraktionen anstatt nachhaltige Attraktionen mit lokalem Bezug. Dadurch erfahren sie weder die lokale Lebensweise vor Ort, noch hat ihre Reise einen positiven Impact auf die Region, die sie bereisen.

Demzufolge wird kein richtiger Bezug zu den Einheimischen und den lokalen Auswirkungen ihres Handelns hergestellt.

Das Problem existiert seitdem es Reisen gibt, wird aber durch das Zeitalter des Konsums und von Social Media verstärkt. Man verbringt mehr Zeit am Handy um Fotos zu teilen, als neue Menschen kennenzulernen.

Besonders die Einheimischen leiden unter den Auswirkungen von Pauschalreisenden. Profitieren tun meistens die großen Betreiber von Hotelketten.

Im Gastronomie und Freizeit-Bereich profitieren die Einheimischen natürlich auch von den Touristen, sind dadurch aber meistens komplett abhängig von diesen. Andere Einheimische sind von Touristen möglicherweise eher genervt.



# Stakeholder



## Stakeholder-Tabelle

Für die Stakeholder-Analyse werden zunächst in der Stakeholder-Tabelle die wichtigsten Stakeholder identifiziert, kurz beschrieben und visualisiert. In der Kurzbeschreibung werden die Stakeholder und dessen Vertretungsname, die Rolle für das Projekt, die Bedeutung oder der Einfluss für das Projekt, die Interesse oder Vorteile im Projekt und die Maßnahmen für die Analyse der Stakeholder festgehalten. Für die Stakeholder-Tabelle haben wir zwei Iterationen durchlaufen. Dabei haben wir eine Mischung aus individuellem und gemeinsamem Brainstorming genutzt, um auf unsere finalen vier^ Stakeholder und dessen jeweilige Kurzbeschreibung zu schließen. Die wichtigsten Stakeholder für unser Projekt sind die Reisenden, Einheimischen (unterteilt in Besitzerinnen von nachhaltigen Attraktionen wie z.B. Cafés, Restaurants, etc.) und die lokale Regierung. Die Reisenden sollen die späteren Nutzenden unseres Produkts werden und sind daher ein wichtiger Stakeholder. Sie haben großen Einfluss auf das Projekt, welches die Bedürfnisse der Reisenden erfüllen soll. Um das Projekt erfolgreich umzusetzen, müssen wir eng mit diesem Stakeholder zusammenarbeiten. Die Einheimischen haben wir in die zwei Stakeholder unterteilt, da diese je nach dem Besitz eines möglichen späteren Angebotes für unser Produkt unterschiedliche Bedeutungen, Interessen und Maßnahmen benötigen. Ohne die Angebote der Einheimischen können wir unser Projekt nicht umsetzen. Diese Stakeholders sollen von dem positiven lokalen Impact des Projekts profitieren. Wichtig ist uns auch die lokale Regierung als Stakeholder, da mit ihrer Beteiligung, und deren lokalen rechtlichen Grundlagen, die Ausführung unseres Projektes für die jeweiligen Regionen steht und fällt.

Name	Rolle	Bedeutung oder Einfluss	Interesse oder Vorteile im Projekt	Maßnahmen
Bastian Schmidt	Reisender, Familiengehörig, aktiver Stakeholder	Nutzer*in des Produktes	Projekt erfüllt die Bedürfnisse der Nutzer*in	Komfortables, aber individuelles Reisen Zeitersparnis & leichtere Planung
Carlos Rodriguez	Einheimische, Besitzer*in (z.B. Café, Restaurants, etc.), aktiver Stakeholder	Bietet nachhaltige Attraktionen an	Befüllt das Produkt mit Inhalten/ Anzeigen	Profitiert durch mehr Besucher*innen
Maria Fernanda	Einheimische, Nicht-Besitzer*in, passive Stakeholder	Geringer Einfluss	Können das Projekt verhindern	Reisende halten sich in ihrer Heimat auf Kein Profit, deshalb nicht direkter Vorteil
Carmen Calvo Payato	Politiker*in der Lokalen Regierung, aktiver Stakeholder	Können das Projekt verhindern	Hilfreich bei Kooperation (kontakte etc. vermitteln)	Kultur wird gefördert Umwelt wird geschont



## Stakeholder-Relevanz-Matrix

Mit der Stakeholder-Matrix werden die identifizierten Stakeholder im Hinblick auf ihren Einfluss bewertet. Dabei wird aus der Perspektive des Projekts untersucht welchen Einfluss die Stakeholder auf das Projekt haben, welche Interessen sie haben und welchen Nutzen sie selbst aus dem Projekt ziehen. Hierfür haben wir erneut in zwei Iterationen ein gemeinsames Brainstorming verwendet.

Wir sind gemeinsam zu dem Entschluss gekommen, dass die Reisenden und einheimischen Besitzer\*innen das höchste Interesse an dem Projekt haben. Ihre Einstellung zu dem Projekt ist theoretisch positiv, da sie entweder ihre Reise durch unser Projekt besser und nachhaltiger gestalten oder ihr Geschäft besser ankurbeln könnten. Sie haben mittelhohen bis hohen Einfluss auf das Projekt, wobei die Besitzer\*innen etwas mehr Einfluss haben, da das Produkt von ihren Angeboten abhängig ist. Etwas mehr Einfluss als die Besitzer\*innen hat die lokale Regierung, da von ihr die Durchführung des Projekts in den jeweiligen Regionen abhängig ist. Die Einheimischen Nicht-Besitzer\*innen haben ein neutrales mittleres Interesse und geringen Einfluss auf das Projekt. Sie würden auch von dem positiven lokalen Impact des Projekts profitieren, aber hätten keinen direkten Nutzen durch das Produkt.



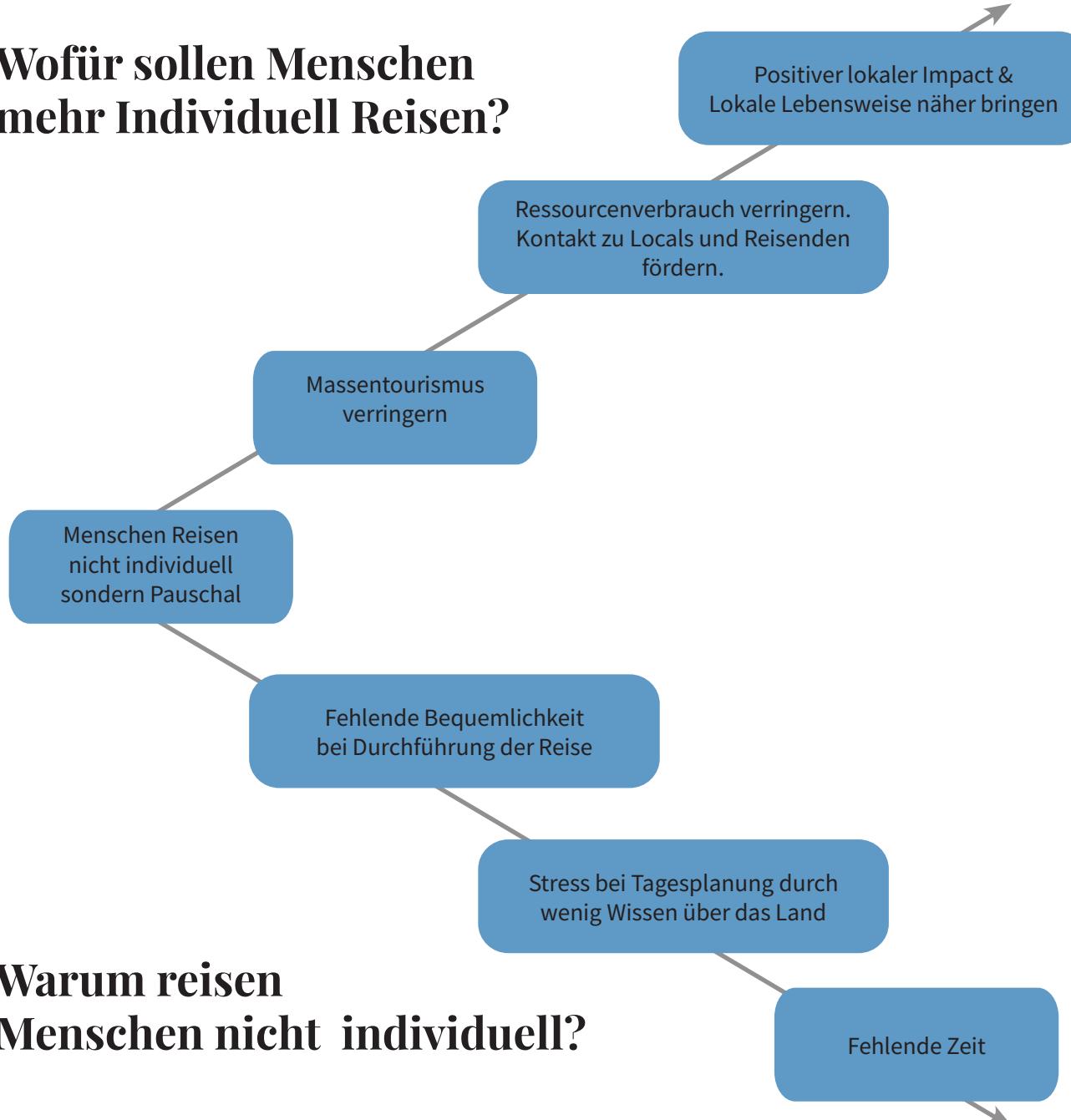
## Ergebnis & Reflexion

Die Stakeholder-Analyse hat uns geholfen, klarzumachen welche Gruppen mit welchen Intuitionen, Interessen und Einflüssen für unser Projekt wichtig sind. Wir verstehen nun besser, was unsere Nutzer\*innen wollen und welche Beweggründe sie haben könnten. Aufbauend auf unserer Stakeholder-Analyse können wir besser weiterführende Methoden für das gesamte Projekt planen. Weitere Bilder zur Stakeholder-Analyse befinden sich im Anhang auf S. 38.



# Treppe der Abstraktion

## Wofür sollen Menschen mehr Individuell Reisen?



## Warum reisen Menschen nicht individuell?



Wir haben die Treppe der Abstraktion als Methode genutzt, um das von uns gewählte Problem besser verstehen zu können. Vorher hatten wir nur eine abstrakte Idee was unser Problem beinhalten könnte.

Bei der Durchführung haben wir unser Ausgangsproblem, das Menschen nicht individuell, sondern pauschal Reisen, wiederholt mit den Schlüsselwörtern "Wofür?" und "Warum?" hinterfragt. Für die gegebenen Antworten haben wir die selben Fragen gestellt, bis wir eine Antwort hatten die nicht weiter hinterfragt werden konnte.

Die letzte Antwort, die auf die Frage "Wofür?" gegeben wurde, war das von uns ermittelte Kernziel, die letzte Antwort auf die Frage "Warum?" das von uns ermittelte Kernproblem.

Die von uns skizzierte Treppe der Abstraktion befindet sich im Anhang auf Seite 39.



Die Treppe der Abstraktion hat uns gezeigt, dass wir die Menschen zu mehr individuellen Reisen bewegen wollen, damit diese auf ihren Reisen einen positiven Einfluss in der Region haben. Ziel der Individualreise soll es sein, dass weniger große internationale Hotelketten und Reiseanbieter und mehr Einwohner\*innen der Urlaubsregionen profitieren. Außerdem möchten wir dem Reisenden durch seinen Kontakt mit Einheimischen die lokale Lebensweise näher bringen.

Dem Ergebniss unserer Ausarbeitung nach, entscheiden sich jedoch die meisten Menschen gegen eine Pauschalreise wegen mangelnder Zeit sich mit dem Land, Kultur und der Planung des Urlaubs auseinanderzusetzen. Auch der gebotene Komfort einer Pauschalreise spielt eine Rolle.



# Personae

## Die Reisenden



Bastian

Bankier  
Familievater  
schätzt Sicherheit



Daisy

Bloggerin  
reist gerne  
sportlich aktiv



Ulrike

leitet nachhaltigen  
Klamottenladen  
hat einen Collie

## Die lokale Regierung



Carmen

Politikerin  
will Veränderung  
setzt sich durch

## Die Einheimischen



Carlos

besitzt Café  
liebt seine Region  
offen für Neues



Um uns besser in die Zielgruppe hinversetzen zu können, haben wir Personae erstellt, die detaillierte (Charakter-)Eigenschaften und Verhaltensweisen besitzen.

Für unsere Hauptzielgruppe der Reisenden haben wir insgesamt drei verschiedene Personae aufgestellt.

Der Pauschalreisende Bastian ist als Hauptzielgruppe herausgekommen (siehe rechte Seite), die anderen Personae befinden sich im Anhang.

Für die beiden wichtigsten Stakeholder, die lokale Regierung und die Einheimischen haben wir ebenfalls Personae erstellt.

Für unsere Lösung haben beide Gruppen einen Einfluss und wir wollten mit ihren Personae herausfinden, wo ihre jeweiligen Bedürfnisse liegen.



Aus der Erstellung der Personae konnten wir vieles mitnehmen. Wir haben bemerkt, wie vielschichtig unsere Nutzer\*innen sein können. Es gibt die Pauschalreisenden, die erstmal überzeugt werden müssen und auf der anderen Seite Menschen, die schon nachhaltig denken und leben und Neues ausprobieren wollen oder Unterstützung haben wollen.

Mit der Vorstellung , unsere Lösung nun spezifisch für Bastian zu

entwickeln, konnten wir dann an jede weitere Methode auf dem Weg zur Lösung herangehen. So konnten wir uns zum Beispiel bei der Methode im nächsten Kapitel genaue "How-Might-We"-Fragen speziell für Bastian anschauen und auch in der Entwicklung des Prototypen im späteren Verlauf war es hilfreich, sich zu fragen, ob Bastian diese Umsetzung gefallen und benutzen



## Bastian Schmidt

47 Jahre

Bankier

spricht  
Deutsch  
und etwas  
Englisch

verheiratet  
und eine  
Tochter



### Gründe, unser Produkt zu nutzen

Er findet  
einfache  
Möglichkeiten  
andere Kulturen  
kennenzulernen

Er kann umweltschonende  
Attraktionen für einen  
nachhaltigen Urlaub finden

Er kann Einheimische  
unterstützen um die Kultur in  
seinem Lieblings-Urlaubsort  
aufrecht zu erhalten



"Ja Schatz,  
das können  
wir gerne  
machen."

### Dinge, die mir wichtig sind

Seine  
Familie!

Ein sicheres  
Leben, ohne  
finanzielle  
Probleme

Seiner Tochter  
ein wunderschönes  
Leben zu  
ermöglichen

Bequemlichkeit

### Wissen und Fähigkeiten

Kann gut  
mit Geld  
umgehen  
(Sparfuchs)

Kann gut  
mit  
Menschen  
umgehen

Reiseplanung

### Größte Ärgernisse

Ich fühle mich

traurig

wenn

ich durch Vororte meiner Reiseziele  
fahre und die Armut dort miterlebe

Ich löse dies

indem ich einen Teil meiner  
Ersparnisse an Hilfsorganisationen  
spende

Ich fühle mich

gelangweilt

wenn

ich wieder eine Stadtführung  
mitmachen muss

Ich löse dies

indem ich mich an den Hotelpool  
lege

### Attribute

Unternehmenslust



Sparsamkeit



Aufgeschlossenheit





# Good & Evil



Wir haben mit einem gemeinsamen Brainstorming darüber nachgedacht, welche Aspekte wir vermeiden und welche wir weiter ausarbeiten wollen, um uns über unsere Problemlösung und unser Ziel besser klarzuwerden. Dafür haben wir darüber nachgedacht, welche Aspekte einer Reise für einen negativen Impact, daher nicht nachhaltig für die Region, sorgen. Aspekte, wie große Hotel-, Restaurant- und Café-Ketten sind, haben wir als „Evil“ für unser Projektziel identifiziert. Sie haben die Gemeinsamkeit, dass sie in der Regel keine oder eine geringe Auswirkung auf die Einheimischen und die Region haben. Auch Aspekte wie große Touristen-Aktivitäten und -Attraktionen sind für uns aus den gleichen Gründen nicht zielführend.

Wir wollen uns auf Aspekte, wie lokale Hotels, Cafés und Restaurants beziehen, da wir der Meinung sind, dass die Reisenden auf diesem Weg näher und einfacher an die lokalen Lebensweisen herangeführt werden können. Lokale Alternativen und sollen insgesamt hervorgehoben werden, so damit die Einheimischen direkt von dem Tourismus in ihrer Region profitieren können.

## Good

- Lokale Hostels/BnBs/AirBnBs
- Lokale Cafés/Restaurants
- Einheimische Guides
- Kontakt zu Einheimischen fördern

## Evil

- Hotelketten
- Freizeitanlagen
- All Inclusive
- Café-/Restaurantketten
- Überfüllte Touristenorte
- Bustouren für Sightseeing



Mit der Methode Good & Evil konnten wir uns noch einmal besser klar machen, welche Aspekt wir in unserem Projekt weiter ausarbeiten und welche wir vermeiden wollen. Wir können uns kontinuierlich auf die Methode zurückbeziehen, um abzugleichen, dass wir uns immer noch auf die richtigen Aspekte konzentrieren.



# Belege



Um unsere Kernidee zu validieren, haben wir nach Belegen gesucht, die bestätigen, dass Pauschalreisen gegenüber Individualreisen einen schlechten lokalen Impact haben.

Im Zuge einer Bachelor-Thesis der Hochschule Bremen wurde herausgefunden, dass Massentourismus verschiedenste Nachteile hat (Wieting, 2016).

Es kommt immer mehr zu Konflikten zwischen Urlaubern und Einheimischen, die Preise überlebenswichtiger Güter steigen in die Höhe und es kommt immer stärker zu einer Kommerzialisierung der Kultur, was eine Wandlung von Werten und Moralvorstellungen mit sich zieht.

Auch die Umwelt leidet unter den Folgen des Massentourismus. Es werden ganze Landschaften mit Hotels und Freizeitanlagen zubetoniert, wodurch die Flora und Fauna vieler Städte zerstört wurde. Diese Neubauten verursachen nicht nur Lärm und jede Menge Abfall, sondern verbrauchen auch deutlich mehr Energie und Wasser als herkömmliche Unterkünften, die beispielsweise von Einheimischen geführt werden.

Bei Strandurlauben wird zu dem die Trinkwasser- und Meer-Qualität wesentlich schlechter.

Ein Artikel von Ka Leong Chong von 2019 bestätigt die Aussagen der Bachelor-Thesis.

Chong hat den Massentourismus in Bali untersucht und hat herausgefunden, dass die Erwartungen an die Einwohner enorm gestiegen sind.

Die Quellen haben allerdings auch positive Auswirkungen beschrieben. Viele Einheimische verdienen ihren Lebensunterhalt durch Tourismus und sind so komplett auf Reisende angewiesen. In einigen Städten hat dies den Lebensstandard vieler Familien erhöht.

Des Weiteren erfolgt ein Austausch verschiedener Kulturen, der häufig eine interessante Bereicherung für alle Parteien ist.

Genau diese Aspekte wollen wir mit unserer Idee fördern und dabei Reisenden die Möglichkeit geben einen positiven lokalen Impact zu hinterlassen.





# How Might We



Wir haben uns für die Verwendung der How Might We Methode entschieden, um herauszufinden an welcher Stelle der Reise unsere Lösung ansetzen muss, damit wir die meisten Nutzenden aus der durch die Personas konkretisierten Zielgruppe gewinnen und den größtmöglichen Effekt erzielen können! Hierfür haben wir eine Urlaubsreise in verschiedene Phasen unterteilt.

Zwischen der Entscheidung für eine Art zu Reisen und schließlich der Abreise sind wir somit auf 7 verschiedene Ansatzpunkte gekommen. Zu diesen Ansatzpunkten haben wir verschiedene Fragen formuliert, die alle mit „Wie schaffen wir es“ begannen. Der Inhalt der Fragen befasste sich stets entweder mit unserer Idee oder damit wie wir es schaffen können Nutzende auf unsere Idee aufmerksam zu machen. Zum Beispiel ist als Frage „Wie können wir es schaffen Reisende für die Kultur des Urlaubsortes zu begeistern?“ formuliert worden.

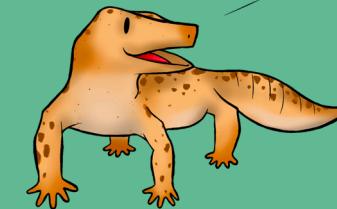
Ähnlich sind wir noch einmal für die von uns erstellten Personae der Reisenden vorgegangen. Sowohl für Bastian und Daisy, als auch für Ulrike wurden spezifische „Wie können wir es schaffen...“ Fragen formuliert worden. U. a. wurde die Frage gestellt, wie wir es schaffen können, dass Bastian bewusst ist, welche Auswirkungen seine Pauschalreise auf die Region hat.

Abschließend war es jedem Teammitglied möglich die Fragen hinter denen er/sie am meisten Potential sah mit einem roten Punkt zu markieren.

Alle formulierten Fragen mit der jeweiligen Bewertung durch das Team finden sich im Anhang auf Seite 40.



“Können wir das schaffen?  
Jo wir schaffen das!”



Aus der Methode sind eine Vielzahl Fragen für die verschiedenen Ansatzpunkt und die potentiellen Nutzenden hervorgegangen. Das Team hat die Fragen „Wie schaffen wir es dann Reisenden die Vorteile einer individuellen Reise zu vermitteln?“ in der Phase „Entscheidung wie man Reisen möchte“ und „Wie schaffen wir es, dass sich Reisende aktiv gegen Massentourismus entscheiden?“ in der Phase „Tagesplanung“ am höchsten priorisiert. Die Idee hinter beiden Fragen hat großes Potential einen positiven Effekt auf die Reisegewohnheiten der Nutzenden zu haben und sie von den Vorteilen einer individuellen Reise zu überzeugen.

Bei der ersten Frage geht es darum den Reisenden von Anfang an zu einer Individualreise zu bewegen. Die zweite Frage zielt darauf ab, die Tagesplanung der Reisenden vor Ort zu beeinflussen.

Die Reisenden zu einer Individualreise zu bewegen hätte den größten positiven Effekt könnte sich aber als schwierig gestalten. Fraglich ist, wie man einen Pauschalreisenden auf eine Individualreise oder unsere App aufmerksam machen könnte. Wir sehen das meiste Potential darin bei der Tagesplanung der Reisenden anzusetzen. Hier können die Reisenden am ehesten unser Kernziel erfüllen und einen positiven Einfluss auf die Region ausüben. Wir möchten die Reisenden hierbei unterstützen und Hilfestellung geben.

Die How Might We Methode hat uns somit gezeigt wo während der Reise wir mit unserer Lösung am besten ansetzen können.



# Mom-Test



“Der Mom-Test ist eine Methode, um Fragen so zu formulieren, dass selbst deine Mutter dir eine ehrliche Antwort geben muss!”(MScTE48, 2014).

Für uns war der Mom-Test die richtige Methode, um das Thema, dass wir in der Treppe der Abstraktion konkretisiert hatten noch einmal genauer zu definieren. Außerdem hatten wir uns durch den Mom-Test ein möglichst schnelles Feedback erhofft, ob wir mit unserer Idee auf dem richtigen Weg sind. Für uns war es wichtig Feedback zu bekommen, ob der Aspekt der Nachhaltigkeit und Unterstützung der Einheimischen einen Einfluss auf die Wahl der Reiseart haben kann.

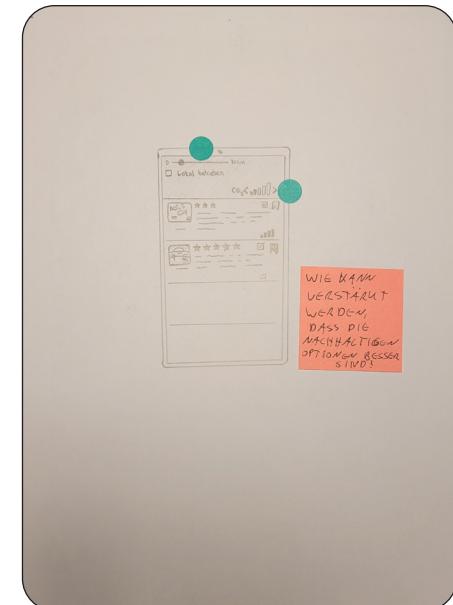
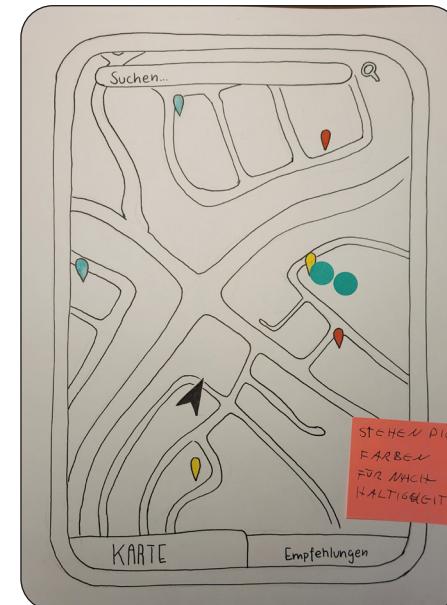
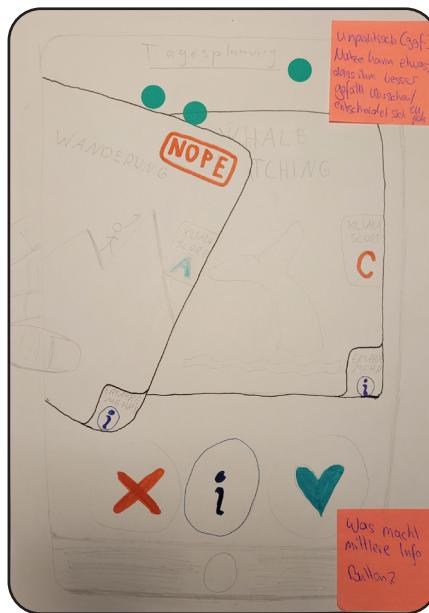
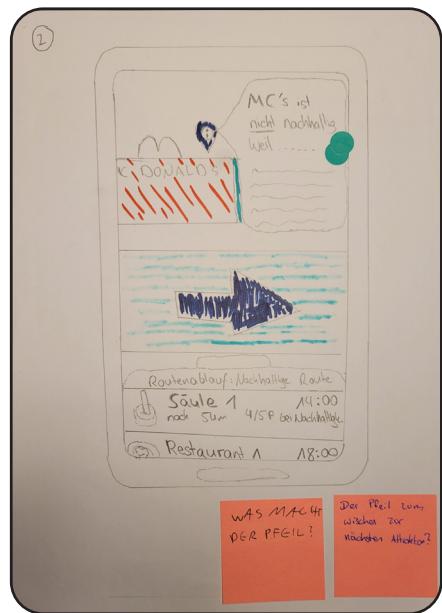
Durchgeführt wurde der Mom Test mit der Testperson Annette. Durch die Fragen, die wir ähnlich einem Interview gestellt haben, wollten wir herausfinden was die Beweggründe für eine Pauschalreise bei der Testperson sind und ob sich die Testperson generell vorstellen kann bei ihren Reisen eine App zu nutzen, die ihr Unterstützung bietet. Der vollständige Mom Test ist im Anhang auf Seite 41 zu finden.



Aus dem Mom Test haben wir mitgenommen, dass nicht jeder Pauschalreisende nur eine einfache Reise haben möchte, sondern auch Interesse an Menschen und Kulturen hat. Eine einfache und günstige Reise zu haben steht bei Pauschalreisen im Vordergrund, ist aber nicht der ausschließlich Beweggrund für diese Personen zu reisen. Daraus schließen wir, dass ein Pauschalreisender sich auch auf andere Arten zu reisen einlassen würde. Nach dem Mom-Test glauben wir, dass unsere Zielgruppe auf einer solchen Reise auch eine App für verschiedenste Dinge nutzen würde. Wir sehen deswegen Potential in der Idee den Komfort einer Pauschalreise mit nachhaltigem Reisen mit lokalem Bezug zu verbinden.



# Galerie der Ideen





Wir haben die Galerie der Ideen durchgeführt, um auf die von uns gezeichneten Ideen einen anderen Blickwinkel zu erhalten und Probleme der Ideen aufzudecken, die die Person die den Einfall hatte, nicht bemerkt hat.

Bei der Galerie der Ideen ging es darum, dass jedes Teammitglied, möglichst basierend auf den Gedanken aus der Methode Crazy 8, eine erste Idee aufstellt wie unsere spätere App aussehen könnte. Hierfür wurden die Vorstellungen auf einem Blatt Papier skizziert. Nachdem jedes Teammitglied eine Skizze erstellt hatte, wurden diese an einer Wand aufgehängt. Nun war es zum ersten Mal möglich, die Vorschläge der anderen zu betrachten.

Folgend konnte jedes Teammitglied Teilespekte der Vorschläge, die er gut fand mit einem grünen Klebepunkt markieren. Genauso konnten Anmerkungen mit einem Post ist neben Aspekte, die noch unklar oder kritische waren, geklebt werden. Zum Abschluss der Methode wurden die einzelnen Methoden der Gruppe präsentiert. Die Präsentation durfte jedoch nie vom Erfinder selbst durchgeführt werden. Die vortragende Person weiß vor allem auf die besonders guten Aspekte der Idee hin. Auch werden die Anmerkungen auf den Post-Its betrachtet. Am Ende hat der Erfinder der Idee noch einmal die Möglichkeit seine Idee und vor allem Punkte, die bisher nicht genannt wurden zu erklären.

Eine ausführlich Übersicht der Ideen der jeweiligen Teammitglieder und die zugehörigen Punkte, wie Anmerkungen, finden sich im Anhang auf den Seiten 42 - 45.

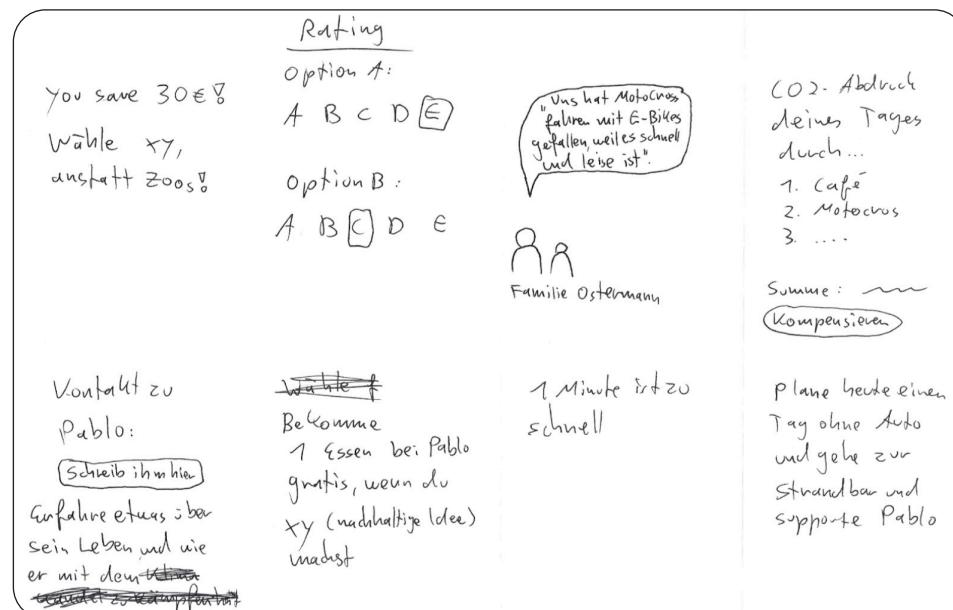


Durch die Galerie der Ideen wurden die einzelnen Skizzen, wie erhofft, unter einem neuen Blickwinkel betrachtet. Nicht notwendige Buttons, missverständliche Darstellungen und Weiteres, was dem Ersteller nicht bewusst gewesen war, fiel auf. Die grundsätzlichen Ideen wurden jedoch bei jeder Präsentation erkannt.

Die Galerie der Ideen war eine gute Methode um, nachdem in den Crazy 8 schnell viele Ideen generiert worden waren, wieder den Blick darauf zu richten welche Aspekte von diesen gemeinsam in einem Konzept umgesetzt werden konnten. Durch die verrückten Einfälle, die im Vorhinein gebraucht wurden, wurden nun vier recht unterschiedliche Ideen von den Teammitgliedern skizziert. Diese beinhalteten eine AR Anwendung zur direkten Einschätzung einer Attraktion hinsichtlich der Nachhaltigkeit, zwei Möglichkeiten eine Tagesroute basierend auf einer Karte zu planen und eine weitere Möglichkeit sich eine Route mit Hilfe einer Swipe Funktion zusammenzustellen. Wie wir die unterschiedlichen Ansätze aus dieser Methode zu einer Idee für unsere App zusammenfügen, wird im Folgenden beschrieben.



# Crazy Eight



Wir haben die Crazy Eight Methode für die Ideenfindung verwendet. Ziel war es durch das Brainstorming möglichst viele spontane Ideen zu finden. Wie der Name der Methode bereits verrät, dürfen auch verrückte Ideen zu Papier gebracht werden.

“Diese Methode war sehr anstrengend für das Team”



Die Crazy Eight Methode hat viele neue Ideen mit sich gebracht. Manche waren nicht so umsetzbar wie andere.

In diesem Brainstorming sind Ideen aufgetaucht, die wir auch in unserem Endprodukt gerne sehen würden.

Zum Beispiel Michas Idee ein AR-Feature mit einzubauen und Marvins Idee, Attraktionen nach ihrer Nachhaltigkeit zu bewerten.

Dies führte dann zur Definition, auf welche Art und Weise wir die Lösungen entwickeln wollen.



# Lösung



Aus der Galerie der Ideen und den Crazy Eights haben wir uns auf die Umsetzung unseres Projekts durch eine Mobile App geeinigt. Dadurch wollen wir den Reisenden ermöglichen unser Produkt bequem unterwegs nutzen zu können. Für die Gestaltung der App haben wir im Team Lösungen für unser Produkt, in Form von möglichen App Features, gemeinsam brainstormt und skizziert, aufbauend auf unserer Problemstellung und unseren Erkenntnissen aus den vorherigen Methoden. Das Tafelbild befindet sich im Anhang auf S. 46.

Eine unserer ersten Varianten war eine Art Karte der Region, welche mit Markierungen für Aktivitäten in der Nähe versehen ist.

Als besonderes Feature haben wir uns eine AR-Ansicht überlegt, mit der die Reisenden z.B. an einer Promenade direkt die möglichen Aktivitäten auf der Smartphone-Kamera sehen können. Ein weiteres besonderes Feature, das wir zusammen brainstormt haben, ist eine Art Swipe-Funktion. In dem Swipe-Feature werden nacheinander die lokalen Aktivitäten angezeigt und können durch Wischen in jeweilige Richtungen entweder abgelehnt, zugestimmt oder direkt einer Route hinzugefügt werden. Nach weiterem Überlegen haben wir im Team das Swipe-Feature als Hauptbestandteil unserer Mobile App festgelegt und das AR-Feature als sekundär eingestuft.

Folgende Aspekte wollen wir dabei in unserer Lösung umsetzen:

- In der App werden nachhaltige und lokale Attraktionen/ Hotels/Café u.Ä. angeboten.
  - Die Reisenden können eine Tagesplanung mit dem Swipe-Feature anfertigen. In der Swipe-Ansicht...
  - werden Aktivitäten angeboten und mit den wichtigsten Eigenschaften, auch in Bezug auf die Nachhaltigkeit, angezeigt
- können Aktivitäten abgelehnt, gespeichert und einer Tagesplanung hinzugefügt werden.
- Anhand der ausgewählten Aktivitäten kann eine optimale Route erstellt und nach Wunsch bearbeitet werden.
- Die erstellten Routen können in der AR-Ansicht angezeigt werden und die nächsten Aktivitäten werden neben der Navigation mit wichtigen Informationen beschrieben.
- Die App bietet den Reisenden ein Belohnungs- und Punktesystem, je nachdem wie nachhaltig ihre Routen sind.

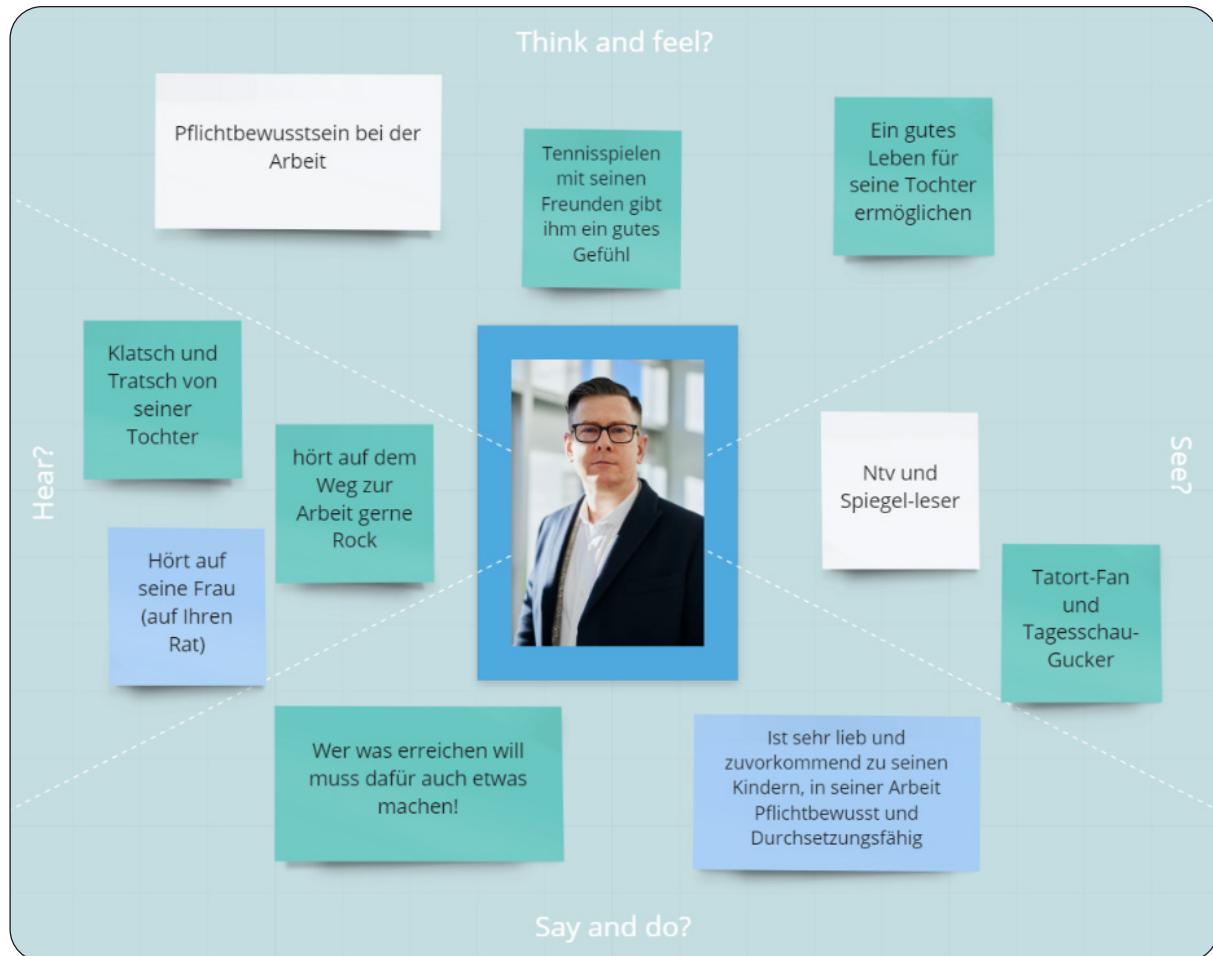


Ziel unserer Idee ist es Reisenden Komfort und Leichtigkeit einer Pauschalreise auch auf einer Individualreise zu ermöglichen und gleichzeitig die Planung einer Individualreise zu erleichtern. Auch beim Tagesablauf der Reisenden wollen wir dazu beitragen, dass sie ihren Urlaub nachhaltig und lokal bewusst verbringen können. Wir bewegen mit unserer Lösung Menschen dazu eine Individualreise anzutreten, indem wir ihnen ermöglichen sich intuitiv und einfach ein Programm für den Tag zusammenzustellen.

Dadurch, dass die Menschen individuell in kleinere Hotels reisen und große Hotelketten meiden, verbrauchen sie weniger Wasser und Ressourcen. Gerade der Verbrauch von Wasser ist in All Inclusive Hotels deutlich höher als in Hotels, die kein entsprechendes Konzept verfolgen. Dadurch, dass wir eine Bewertung der Nachhaltigkeit und des lokalen Bezugs von Sehenswürdigkeiten/Restaurants etc. vornehmen, beeinflussen wir die Reisenden zusätzlich bei ihren Aktivitäten vor Ort. Durch die steigenden Besuche von Attraktionen mit lokalem Bezug wird den Reisenden die lokale Lebensweise und Kultur nähergebracht und die die Einheimischen unterstützt.



# Empathy Map



Wir haben die Methode Empathy Map gewählt, um an mehr Wissen über die Interessen unserer Kernzielgruppe Touristen zu gelangen. Als Vorbereitung für das Interview mit Miras Oma haben wir uns bewusst für die Persona Bastian Schmidt entschieden, da dieser der Interviewpartnerin am nächsten kommt. Wir haben durch die Empathy Map einen Vorteil bei dem Interview erwartet. Allgemein geht es bei der Empathy Map darum, die Gefühle der Zielgruppe und was in den potenziellen Nutzenden vorgeht besser verstehen zu können. Hierfür wurde die bereits erwähnte Persona Bastian ausgewählt und durch die vier Felder „Think and Feel?“, „See?“, „Say and do?“ und „Hear?“ näher beschrieben. Dabei wurde Bastian sowohl in seinem Privat- als auch in seinem Berufsleben abgebildet. Eine verkürzte Form der Empathy Map findet sich links. Die komplette Empathy Map ist im Anhang auf Seite 47.



Ergebnis der Empathy Map war das Bastian ein liebevoller Familievater ist und einen sicheren Job hat. Bei privaten Angelegenheiten ist ihm der Rat seiner Frau sehr wichtig. Er hat ein enges Verhältnis zu seiner Tochter. Sie und ihre Zukunft bedeuten ihm viel. Seine Freizeit verbringt er entweder damit, dass er mit seinen Freunden Tennis spielt oder den Spiegel liest. Ansonsten vertraut er auf Altbewährtes und schaut am Sonntagabend gerne den Tatort. Im Beruf ist Bastian pflichtbewusst und durchsetzungsfähig. Er ist häufig während seiner Arbeitszeit mit den vielen Mails beschäftigt, die er täglich bekommt. Bastian ist zwar offen für Neues, aber möchte auf keinen Fall die bisherige Stabilität seines Lebens aufgeben müssen. Möchten wir ihn davon überzeugen sein Reiseverhalten zu verändern, dann geht das nur, indem wir es ihm ermöglichen, viele seiner Reisegewohnheiten dennoch beizubehalten. Die Methode Empathy Map hat die zuvor erstellte Persona um Details aus der Gefühlswelt von Bastian erweitert. Die kommende Interview Partnerin, Miras Oma, ist genauso wie Bastian ein Familienmensch und bisher vor allem pauschal gereist. Wenn wir sie interviewen, ist es sinnvoll sich danach zu erkundigen, ob sie daran interessiert ist, im Urlaub neue Kulturen kennen zu lernen. Entspricht hier ihre Einstellung der von Bastian, bietet es sich mit unserer Lösung Pauschalreisen so simpel und angenehm, wie möglich zu gestalten.



# Interview



Um unsere Kernzielgruppe noch besser kennenzulernen, haben wir ein Interview arrangiert.

Das Interview hat Mira mit ihrer Oma durchgeführt, da sie schon durch sehr viele Länder gereist ist. Sie verbringt zwar viel Zeit in ihrem Ferienhaus, doch wenn sie mal etwas anderes erleben möchte, bucht sie einen Großteil ihrer Reisen pauschal in einem Reisebüro.

Zudem hatten wir erwartet, dass sie relativ gut zu der Persona von Bastian, wie wir ihn in der Empathy Map dargestellt haben, passt. Sie ist zielstrebig, pflichtbewusst und arbeitet hart, weshalb sie im Urlaub oft auf Entspannung aus ist.

Durch das Interview wollten wir zum einen die Reisegewohnheiten der Zielperson genauer ergründen und zum anderen die Bedürfnisse und Interessen, bei einer Urlaubsreise herausfinden.

Das komplette Interview befindet sich im Anhang auf S. 48.



“Dass Senioren immer so viel Action haben wollen...“



Bereits zu Beginn des Interviews wurde allerdings klar, dass sie zwar Pauschalreisen macht, sich aber nicht in günstige Hotelketten einbucht, sondern zum Beispiel eine Fahrradtour durch Polen mitmacht. Diese sind zwar auch Pauschalreisen, da einem alles an Planung abgenommen wird, jedoch sind sie nicht so schädlich, wie eine All-Inclusive-Hotelreise.

Die Bedürfnisse und Interessen der Interviewpartnerin beim Reisen sind den Sachen, die wir auch schon erarbeitet haben sehr ähnlich. Sie würde daher trotzdem sehr gut in unsere Zielgruppe passen, wenn sie besser mit Smartphones umgehen könnte.

Sie ist sehr Neugierig und hat Lust andere Leute und andere Sitten kennenzulernen. Ein weiteres großes Bedürfnis ist für sie die Entspannung. Damit ist allerdings nicht den ganzen Tag auf einer Liege sonnen gemeint, sondern, dass ihr die Hausarbeit abgenommen wird und sie nichts kochen muss.

Für sie muss Action immer in ihren Tagesablauf integriert sein.



# Synektik



Wir waren uns nicht sicher, ob alle Feature unserer App zielführend und sinnvoll sind. Beispielsweise die Idee, sich durch die Route mit Hilfe einer AR-Funktion navigieren zu können, könnte zu aufwendig in der Umsetzung bei einem zu kleinen Nutzen für das Gesamtergebnis sein. Deshalb haben wir uns dazu entschieden die Kreativmethode Synektik anzuwenden. Die Methode Synektik bietet als Ergebnis viele verschiedene Ideen und war deswegen gut geeignet, um weitere Feature unserer Lösung zu erschließen und dabei, obwohl die AR-Funktion ggf. nicht umgesetzt wird, dennoch eine innovative Lösung zu erhalten. Bei der Durchführung der Methode Synektik wurde zunächst das Kernziel als Fragestellung aufgeschrieben. Wir haben dafür Bezug zur Treppe der Abstraktion hergestellt und somit folgende Fragen formuliert: „Wie können wir es schaffen Reisenden die lokale Lebensweise näher zu bringen?“ und „Wie können wir es schaffen, dass Reisen einen positiven lokalen Impact haben?“. Es wurden zufällige Begriffe( Lampe, Löffel und Vogel )ausgewählt und zu diesen Begriffen charakteristische Merkmale formuliert. Als nächstes wurden Verbindungen zwischen den Merkmalen und den Fragestellungen hergestellt. So entstanden neue Ideen für mögliche weitere Features der Lösung. Alle bei der Methode entstandenen Ideen finden sich im Anhang auf S. 50.



Die Methode hat uns eine Vielzahl neuer Ideen und Lösungsansätze gebracht. Wir haben neue Ansätze abseits einer App gefunden, wie ein kleiner Chip, der entsprechend der Attraktion, an der man sich gerade befindet (GPS) eine Abfolge von Tönen von sich gibt, um die Attraktion zu bewerten. Eine Erweiterung für unsere ursprüngliche Idee war die Möglichkeit, sich auf der verfolgten Route mit Einheimischen zu treffen und auszutauschen. Durch die gefunden Adjektive haben wir den sozialen Aspekt und den Austausch mit anderen Reisenden als neue Aspekte die Lösung aufgenommen. Bei der Lösung muss nicht wie bisher gedacht ausschließlich eine einfache Reiseplanung im Vordergrund stehen.

Besonders viel Potential sehen wir bei folgenden Ideen:

- Gegenüberstellung von teurem Restaurant/ Restaurant von Einheimischen um Vorteile des lokalen Restaurants hervorzuheben (Vogel elegant)
- Austausch mit anderen Reisenden über die lokalen Sehenswürdigkeiten (Vogel sozial)
- Locals können einen einladen bei sich zu Hause zu übernachten (Lampe Wärme)
- Leaderboard wie lokal nachhaltig man war / ist. (Vogel spitz)
- Man kann auf seiner Route Einheimische treffen die in der Nähe unterwegs sind und sich mit diesen austauschen. (Vogel sozial)

Nach gemeinsamer Überlegung im Team haben wir uns dafür entscheiden das Leaderboard in unsere Idee mit zu integrieren. Aus der Idee Einheimische in der Nähe treffen zu können ist der Gedanke einer spontanen Reiseführung durch Einheimische für Touristen entstanden, den wir weiterverfolgen und ausarbeiten wollen. Dadurch erhoffen wir uns sicherzustellen, dass unsere Lösung weiterhin eine innovative Lösung ist.



# Competitor Vergleich



Der Competitor-Vergleich hilft die Marktsituation besser einzuschätzen. Aus der Marktanalyse können Schlussfolgerungen wie die Notwendigkeit des Projektes gezogen werden und aus den Stärken und Schwächen der vergleichbaren Wettbewerber können wichtige Kenntnisse gewonnen werden, die für die Umsetzung des Projekts ausgenutzt werden können. Mit dem Competitor-Vergleich kann das Alleinstellungsmerkmal des Projektes herausgearbeitet werden.

Wir haben geschaut, welche vergleichbaren Wettbewerber es auf dem Markt gibt und wie sich unsere Idee von ihnen unterscheidet.

Der alternative Wettbewerber mit dem größten Marktanteilen ist TripAdvisor. Sie bieten Hotels, Unterkünfte, Aktivitäten, Restaurants, Flüge und Einkaufsmöglichkeiten an. Beiträge dazu können von allen Nutzenden, vom lokalen Kleinunternehmer bis zum Touristikkonzern, erstellt werden. Diese Beiträge können bewertet und kommentiert werden. Es gibt die Möglichkeit, vorgefertigte Trips, bestehend aus mehreren Aktivitäten, auszuwählen oder eigene Trips zu erstellen. TripAdvisor fokussiert sich allerdings nicht auf nachhaltige und lokale Aspekte und versucht nicht explizit, lokale Lebensweisen näher zu bringen. Fraglich ist auch, ob die Mehrheit der Nutzenden nur Tourismus-Unternehmen sind, die die App als Marketing benutzen.

Zwei weiter ähnliche Wettbewerber sind GetYourGuide und Viator, die Aktivitäten anbieten, die von Guides oder geprüften Anbietern angeboten werden. Diese Aktivitäten werden beschrieben mit einer Reisedauer, Gruppengröße und weiteren Infos zur Aktivität. Dazu gibt es auch ein Bewertungs- und Kommentarsystem. Die Aktivitäten können außerdem direkt über die eigene Seite erworben werden.

Der nachhaltigste alternative Wettbewerber ist ResponsibleTravel. Sie fokussieren sich noch mehr auf Nachhaltigkeit und bieten Reisepakete an. Allerdings ist nicht einsehbar, inwiefern die Angebote nachhaltig sind.



Es gibt bereits mehrere Anbieter, gerade Internetseiten, die eine Übersicht über Sehenswürdigkeiten anbieten. Einen Wettbewerber, der einen besonderen Fokus auf Nachhaltigkeit legt oder eine komfortable Tagesplanung bieten möchte, konnten wir nicht entdecken.

Daraus schließen wir, dass wir mit unserem Projekt eine gute Idee gefunden haben, die es so auf dem Markt noch nicht richtig vertreten ist.





# Local Guide



Bei der Auseinandersetzung mit den Ideen zum Thema Synektik, kam die Idee einer "Local Guide" - Funktion für unsere App auf. Wenn Touristen eine Sehenswürdigkeit mit unserer App besuchen und weitere Informationen zu dieser haben wollen, können sie einen Local Guide für eine spontane Reiseführung anfragen.

Einheimische, auf der anderen Seite, können eintragen, mit welchen Sehenswürdigkeiten sie sich auskennen. Befinden sie sich gerade in der Nähe einer Sehenswürdigkeit bekommen sie eine Anfrage für eine weitere Erklärung von den Touristen. Sie können diese Anfrage dann annehmen, zu den Touristen gehen und gegen ein wenig Geld, dass über die App transferiert wird, ihr Wissen über die Sehenswürdigkeit teilen. Die ursprüngliche Idee beinhaltete auch, dass man eventuell schon im Voraus ein Treffen mit einem Local verabreden kann.

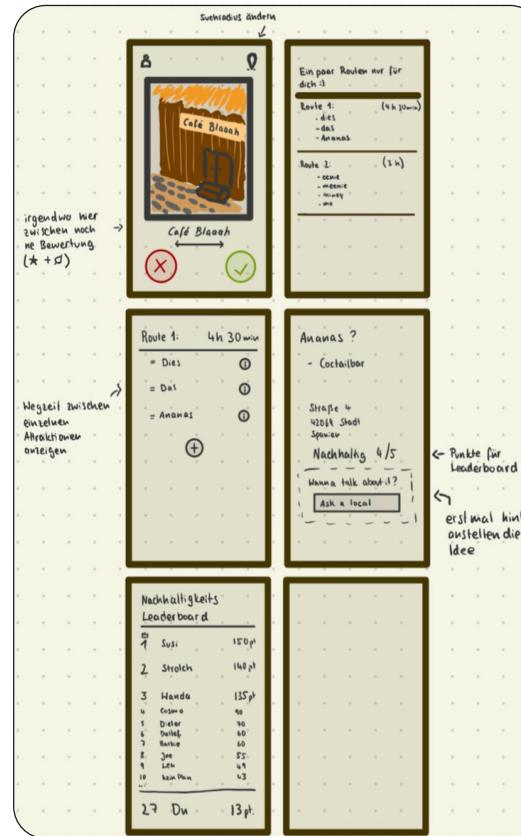


Nachdem wir unsere Idee während des Wochenendseminars besprochen haben, sind wir zu dem Schluss gekommen, dass es nicht sinnvoll ist, sich spontan mit Einheimischen an der Sehenswürdigkeit zu treffen. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein\*e Einheimische\*r zur passenden Zeit in der Nähe ist, erschien uns zu gering.

Da die Grundidee aber einen Zweck erfüllt, legten wir uns dennoch darauf fest, dass es möglich sein sollte, bereits im vorhinein mit Einheimischen über einen Chat oder per Telefon in Kontakt treten zu können. So können diese Treffen eine neue Möglichkeit darstellen, um Wissen auszutauschen. Ohne großen Aufwand für die Einheimischen kann man Informationen zu Sehenswürdigkeiten über den Chat erfragen und sich ggf. über ein persönliches Treffen selbst einigen.



# Lego & Scribblen



Um die Kernidee noch einmal konkret zu visualisieren hat eine Hälfte unseres Teams diese auf dem Papier gezeichnet und die andere Hälfte hat sie mit Lego-Bausteinen nachgebaut.

Es wurde ein Zeitlimit gesetzt, in dem jeder versucht hat, so viele Kernaspekte darzustellen, wie in dieser Zeit möglich war. Danach wurden die Ideen gegenseitig vorgestellt und Feedback gegeben.

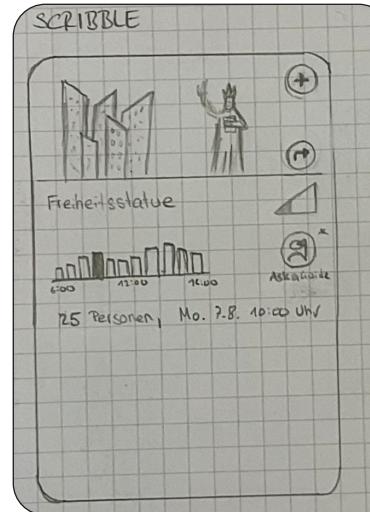


Ganz klar ist der Unterschied vom Scribblen zum Lego aufgefallen. Wenn man die Idee aufzeichnet, hat man viel mehr Möglichkeiten, auf Details und auf die Art und Weise der Darstellung zu achten. Dies kann auch irreführend sein, weil man sich zu sehr auf andere Dinge konzentriert, als auf die wirkliche Kernidee (So wurde in dem Bild unten rechts eine Anzeige eingefügt, wie viele Besucher vor Ort sind, dies war aber nie Teil der Idee gewesen). Beim Lego-Bau fiel es leichter, sich auf die Kernidee zu fokussieren und diese gut rüberzubringen. Vermutlich, durch die Anzahl der beschränkten Legosteine.

Es wurde beobachtet, dass alle dieselbe Kernidee unserer App verstanden haben, was uns sehr half den Prototypen gemeinsam zu entwickeln. Durch das Lego konnte man sich gut in das Szenario hineinversetzen, in dem die App-Nutzenden sich gerade befindet.

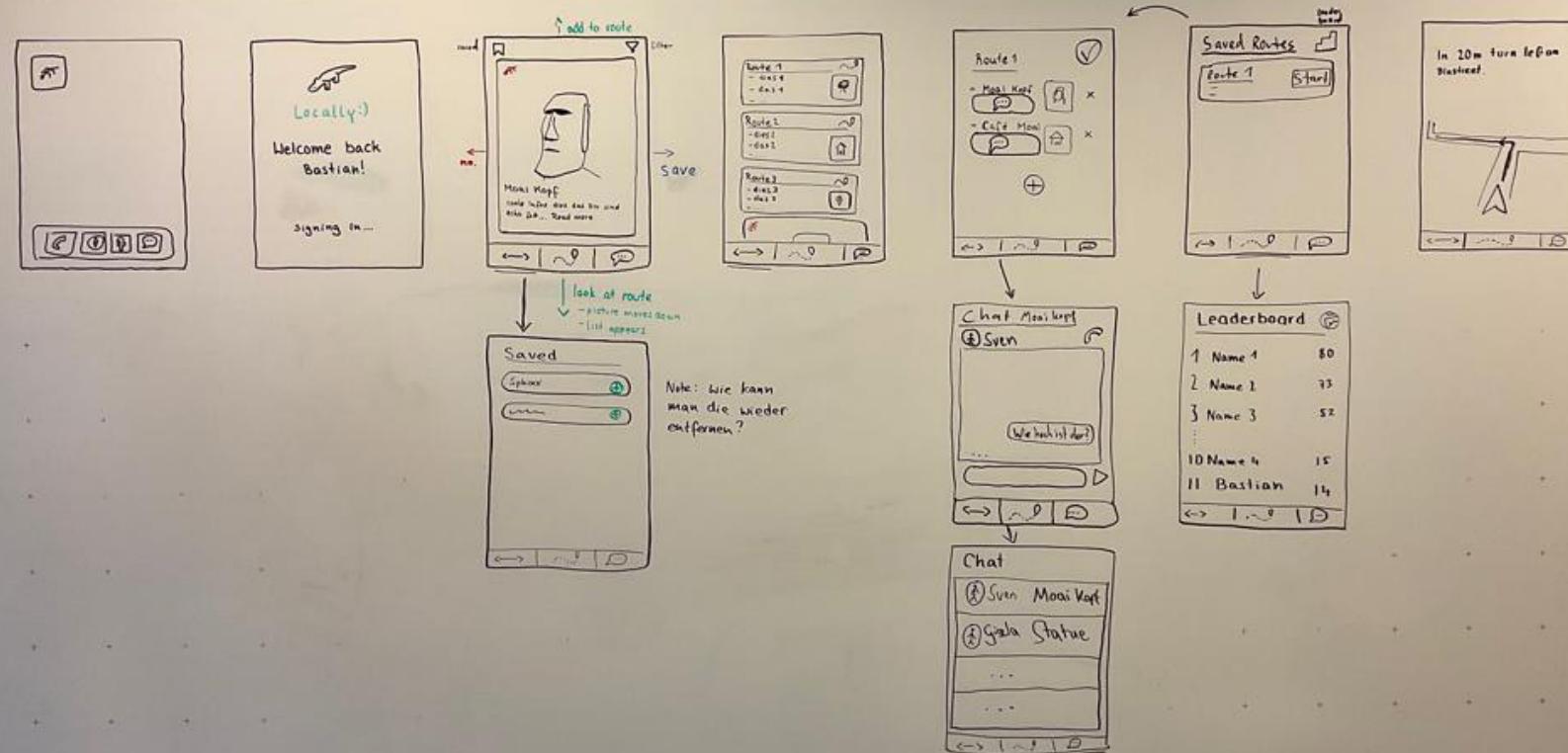
Als Team haben wir dann alle Kernaspekte einmal festgehalten. Wir waren uns einig, eine Attraktionenauswahl als Swipe-Funktion darzustellen. Diese soll man nach Radius oder Art der Attraktion filtern können. Zudem ist uns eine Bewertung der Nachhaltigkeit sehr wichtig.

Die Anwendung soll außerdem eine individuelle Routenplanung beinhalten, die man direkt in einem Navigations-Feature starten kann. Um mehr Informationen über Lokalitäten zu erlangen, möchten wir außerdem eine Kontaktanfrage mit Einwohnern, z.B. über einen Chat, erleichtern. Zuletzt möchten wir ein Leaderboard hinzufügen, auf dem angezeigt wird, wie nachhaltig man im Gegensatz zu anderen Urlaubern den Tag verbracht hat.





# Storyboard





Ziel der Methode Storyboard war es Struktur und weitere Details zu unserer Idee zu ergänzen. Wir haben uns außerdem erhofft, dadurch eine Grundlage für den zu erstellenden Prototypen zu erhalten.

Die Durchführung geschah in zwei verschiedenen Schritten.

In einem ersten Schritt ging es darum einen Namen für unsere App zu finden. Hierfür haben wir ein Brainstorming durchgeführt, um verschiedene Vorschläge zu sammeln. Durch eine Abstimmung im Team haben wir uns schließlich auf den Namen „Locally :D“ geeinigt.

Die Namen aus der näheren Auswahl, wie auch das Ergebnis der Abstimmung finden sich im Anhang auf Seite 51.

Im zweiten und eigentlichen Teil des Storyboards haben wir einen typischen Interaction Flow unserer App an einer Tafel als Grid aufgezeichnet. Hierfür haben wir die einzelnen Screens der App skizziert, vom Homescreen des Handys bis zur Navigation durch die gewünschte Route. Dadurch wollten wir einen ersten Überblick darüber erhalten, wie die Interaktion mit unserer App ablaufen kann. Zum skizzierten Interaction Flow wurde abschließend Feedback der anderen Teams eingeholt.



Vor allem das Skizzieren des Interaction Flow als Grid wurde vom Team intensiv bearbeitet. Das von den anderen Teams gegebene Feedback war grundsätzlich positiv. Als zusätzliche Funktionen wurde sich eine Kartenansicht beim Editieren der Route und eine Angabe der Strecke, die eine Route umfasst gewünscht. Unser Interaction Flow wurde als relativ verschachtelt, aber dennoch als simpel und effektiv bewertet. Das Ziel des Leaderboards schien nicht jedem deutlich zu werden. Das Feedback hat ergeben, dass wir dieses als Feature eher vernachlässigen sollten. Wir haben uns dennoch dazu entschieden es zumindest bis zum Prototypentest beizubehalten. Die Methode hat es uns ermöglicht, unsere bisher gesammelten Ideen zusammenzufassen und miteinander zu verbinden. Außerdem hatten wir eine genaue Vorgabe, wie wir den Prototypen designen wollen.



# Prototyp

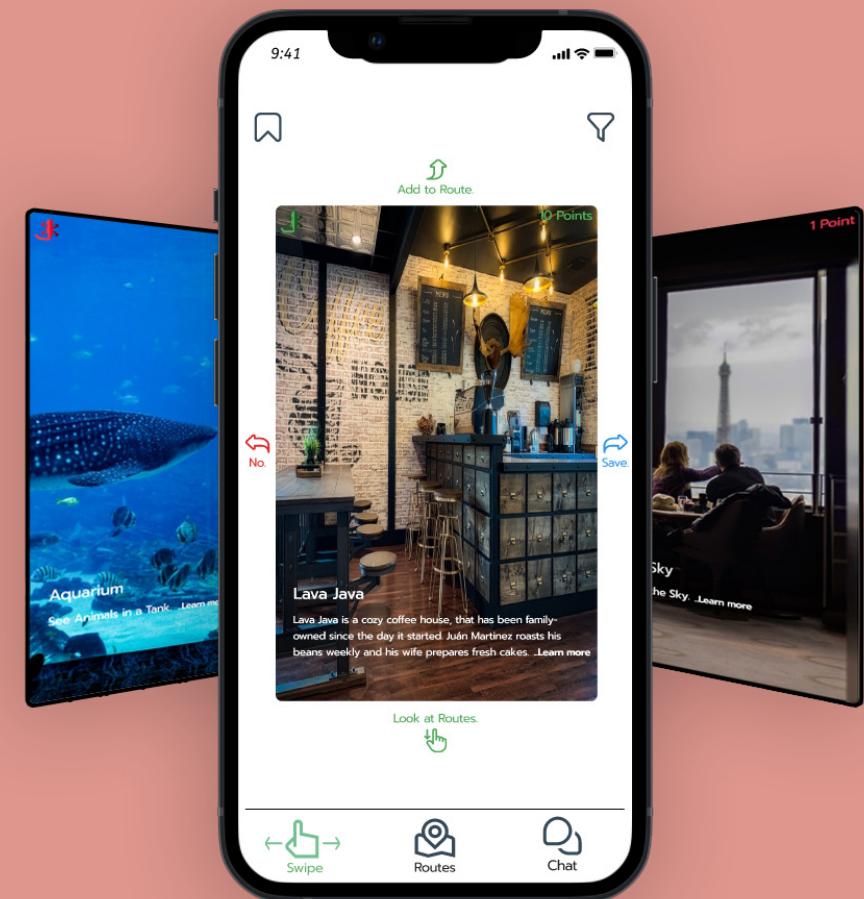


Durch das vorher aufgezeichnete Storyboard war es für uns sehr einfach, für den Prototypen die jeweiligen Aspekte unserer Mobile App aufzuteilen, sodass alle gleichzeitig am Prototypen arbeiten konnten. Wir haben uns für das Tool Figma entschieden, weil wir mit diesem schon vertraut waren und es alle Möglichkeiten bietet, die wir brauchen. Es war z.B. wichtig, dass die Swipe/Scroll-Gesten funktionieren und dass man den Prototyp schnell und einfach exportieren bzw. testen lassen kann.

Um dafür zu sorgen, dass wir einen einheitlichen Prototypen bekommen und uns nicht gegenseitig in die Quere kommen, haben wir unser Team in verschiedene Rollen aufgeteilt. Marvin und Mira waren Maker und Asset Collector, und dafür verantwortlich die einzelnen Seiten der App zu designen und mit Funktionen zu versehen. Als Asset Collector sollte man gleichzeitig die benötigten Bilder raussuchen. Micha war als Stitcher und Writer dafür zuständig, alle Seiten zusammenzufügen, sinnvoll in den Workflow einzubinden, sowie den Inhalt zu füllen.

Der zentrale Aspekt unseres Prototypen war das Swipe-Feature, wodurch eine Aktivität aussortiert, gespeichert oder zu einer Route hinzugefügt werden konnte. Im Prototypen werden die Funktionen anhand von 4 Beispiel-Aktivitäten vorgeführt. Eine Filterfunktion für Aktivitäten haben wir in diesem Prototypen noch nicht realisiert, sondern lediglich angedeutet. Die Nutzenden können durch ein Wischen nach unten von der Swipe- zu der Routenansicht wechseln, wo abhängig von der getroffenen Auswahl an Aktivitäten eine Route vorgeschlagen wird, welche auch noch editiert werden sollen kann.

Alle Seiten des Prototypen befinden sich im Anhang ab S. 52.





Bei einzelnen Aktivitäten besteht die Möglichkeit sich mit einem einheimischen Guide in Verbindung zu setzen. Diese Funktion wurde im Prototypen mit den Moai Statuen umgesetzt, die sich in der ersten vorgeschlagenen Route befinden.

Zum Chatten kann in die Chatansicht gewechselt werden, wo weitere Informationen zu Aktivitäten via Chat mit einheimischen Guides herausgefunden werden können. Wurde die erste vorgeschlagene Route zu den eigenen Routen hinzugefügt, kann man diese im Unterpunkt „Routes“ wiederfinden und die Navigation starten. Im Unterpunkt „Saved Routes“ befindet sich außerdem noch die Möglichkeit zum Leaderboard zu wechseln, wo das nachhaltige Verhalten in einem Punktesystem eingesehen werden kann.

Abschließend wurden noch kleine Anpassungen vorgenommen, sodass die App noch ein wenig benutzerfreundlicher und selbsterklärender wurde.



Durch unsere Aufteilung in die verschiedenen Rollen sind wir sehr zielgerichtet vorangekommen und hatten schon innerhalb von ein paar Stunden die meisten Aspekte des Prototyps implementiert. Der Prototyp zeigt einen möglichen Workflow unserer App und bildet alle Kernaspekte gut ab. Da nicht jede Funktion unserer App im Prototypen umgesetzt worden ist, ist es sinnvoll bei den kommenden Prototypentest dem Tester anzuleiten und Hilfestellung zu geben.



# Hypothesen



Mit Hilfe des Validation Boards stellt man Hypothesen zu den Kunden, den Problemen und den Lösungen auf. Das Validation Board ist hilfreich, um zu diesen drei Aspekten Annahmen aufzustellen, zu validieren und Pivots vorzunehmen. Wir haben schnell gemerkt, dass es nicht sinnig ist, sich strikt an das Validation Board zu halten, da wir uns schon in einer späteren Phase befanden und es keinen Mehrwert gebracht hätte, rückwirkend die Entwicklung und Pivots der Hypothesen aufzuzeigen.

Viel entscheidender waren jedoch die Hypothesen an sich, die wir beim Prototypentest überprüfen wollen:

## Wer ist unser Kunde?

Unsere Hauptzielgruppe sind Familien.

## Wie lautet ihr Problem?

Familien buchen keine nachhaltigen Pauschalreisen wegen des Komforts.

## Welche Lösung bieten wir?

Locally bietet den Komfort einer Pauschalreise bei einer Individualreise.

## Weitere Hypothesen:

- Unsere Tagesplanung ist ein gleichwertiger Ersatz zu einer Hotel-Tour.
- Locally bringt den Reisenden die lokale Lebensweise näher.
- Unsere Local Guides sind ein gleichwertiger Ersatz zum Hotel Guide.
- Unsere App bietet schnelle Infos über lokale Attraktionen.

Wir haben schlussendlich eine Riskiest Assumption festgelegt, die wir unbedingt überprüfen müssen (siehe oben rechts).

“Unsere Riskiest Assumption lautet:  
Unsere Zielgruppe zieht unsere Tagesplanung  
der Planung eines Hotels oder Reisebüros vor!”



Die von uns aufgestellten Hypothesen und vor allem unsere Riskiest Assumption gilt es nun beim Testen unseres Prototypen in Verbindung mit einem Interview zu überprüfen. Zentral muss für uns sein, dass unsere Tagesplanung von den Nutzern angewendet und der Tagesplanung eines Hotels vorgezogen wird.

Als Minimum dafür, dass die Riskiest Assumption zutrifft, haben wir festgelegt, dass 3 der 5 befragten Personen unsere App zur Tagesplanung nutzen würden.

Eine weitere Hypothese, die wir im Prototypen Test überprüfen wollen, ist „ob unsere App den Reisenden die lokale Lebensweise der Einheimischen näher bringt. Auch hierfür gilt als Erfolgskriterium, dass 3 der 5 Befragten diese Hypothese bestätigen.“



# Lean Canvas

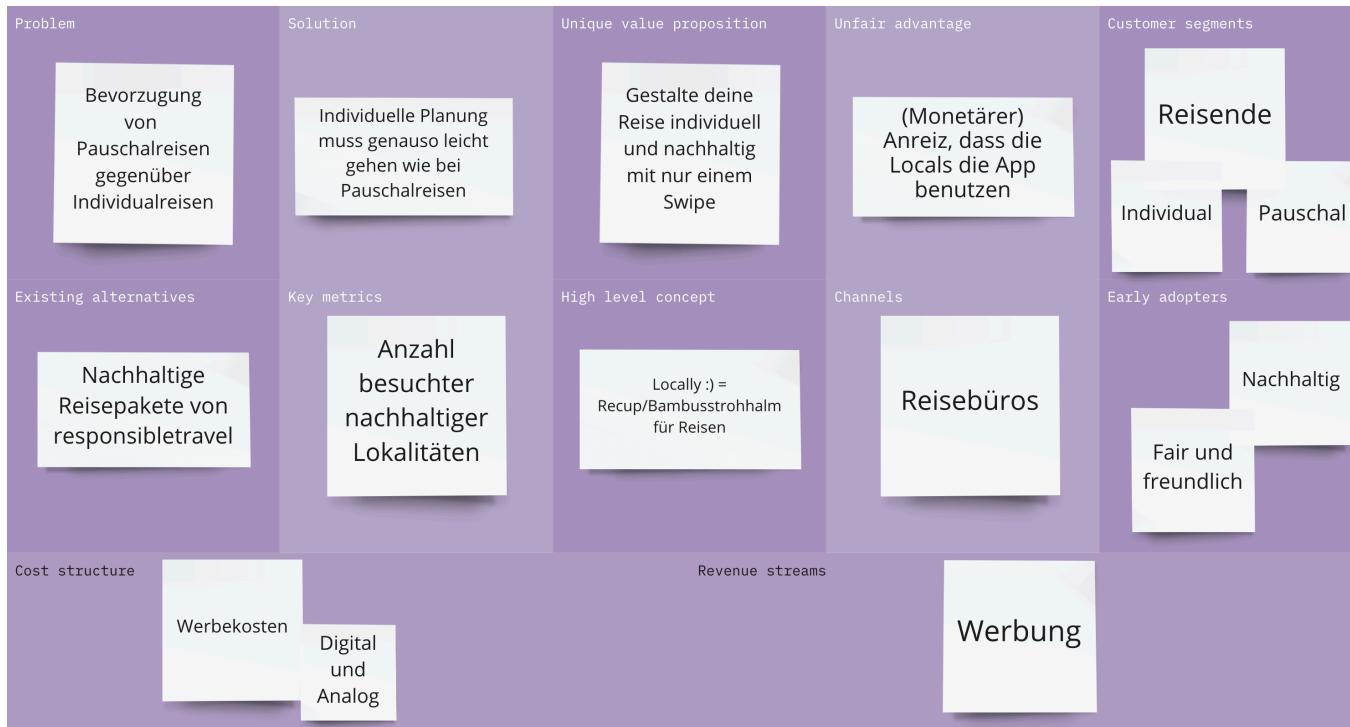


Wir haben ein Lean Canvas Board erstellt, um unsere Idee auch als Startup zu validieren. Hierbei ist die Entscheidung bewusst nicht auf das Business Model Canvas gefallen, weil Marvin schon öfter mit dem Lean Canvas gearbeitet hat und dieses sich mehr auf Probleme und Lösungen fokussiert. Das Business Model Canvas umfasst Schlüsselpartner und -aktivitäten, die für uns zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht interessant sind. Reisebüros als einen möglichen Schlüsselpartner müssen wir zunächst noch im weiteren Verlauf validieren.

Bei dem Lean Canvas Board geht es darum seine Idee in bestimmten Kategorien zu beschreiben und weiter auszuführen, um das Potential der Idee zu bestimmen. Kategorien sind dabei u.a. der „Revenue Stream“ sowie das eigentliche Problem und die zugehörige Lösung. Eine verkürzte Version des Lean Canvas findet sich auf der linken Seite. Die vollständige Version ist im Anhang auf Seite 55 zu finden.



Das Potential der eigenen Idee noch einmal aufzulisten war für uns eine sehr hilfreiche Möglichkeit uns noch einmal intensiv mit dieser auseinander zu setzen. Für uns ist durch das Lean Canvas noch einmal klarer geworden was unsere spätere App ausmachen soll. Unsere Lösung ermöglicht es einem Reisenden die eigene Reise ohne großen Aufwand nachhaltiger gestalten zu können. Auch die Art der Finanzierung und die Konkurrenzsituation konnten wir erstmals umreißen.





# Finanzierung



Für unsere mögliche und eine erfolgsführende Weiterarbeit ist uns ein Finanzierungsmodell wichtig, in dem wir Fragen bezüglich unserer möglichen Förderungen beantworten. Auch um mit potentiellen Geldgebern und Projektpartnern in Kontakt zu treten ist ein solches Modell notwendig.

Hierbei sehen wir viele unterschiedliche Möglichkeiten für unser Vorhaben. Für uns hat sich aus den Prototypentests herausgestellt, dass wir unsere App kostenlos anbieten wollen. Die für uns offensichtlichste und einfachste Möglichkeit, mit unserem Produkt Geld zu verdienen, ist Werbung in unserer App. Z.B., um den Workflow der App so wenig wie möglich zu unterbrechen, haben wir uns überlegt zwischen den einzelnen Aktivitäten im Swipe-Feature Werbungen unterzubringen. Des Weiteren bietet es sich an, dass lokale Geschäfte kleine Rabatte oder Aktionen direkt über die Vorstellung im Swipe-Feature anbieten können.

Für unser Projekt bedarf es auch Partner\*innen aus den verschiedensten Bereichen. So könnten wir mit Fluggesellschaften, Hotels, Influencer\*innen und Reiseanbietern sowie Reisebüros kooperieren, die ihren Kund\*innen einen Mehrwert bieten wollen. Unser Gespräch mit einem Reisebüro in Nordrhein-Westfalen hat ebenfalls ergeben, dass sie unsere App ihren Kund\*innen empfehlen würden. Tourismusbüros wären ein sehr sinnvoller Partner, da unsere App neuen Tourist\*innen helfen kann, die Stadt nachhaltig zu erleben und gleichzeitig die Einheimischen zu fördern. Im Kulturbereich sehen wir für unser Projekt ebenfalls Möglichkeiten an Förderungen zu kommen.



Im Zuge der Bearbeitung des Lean Canvas und vorherigen Gesprächen kamen wir auf das Reisebüro als Kooperationspartner für unsere App zu sprechen.

Bisher war die Frage, wie wir Personen, die grundsätzlich Pauschalreisen buchen, auf unsere App aufmerksam machen. Ein Reisebüro als potenzieller Partner, könnte uns diese Hürde erleichtern.

Wir konnten Gudrun Horstjann-Troll, welche seit 40 Jahren in einem Reisebüro tätig ist, für ein Interview gewinnen. Für das Gespräch mit ihr haben wir ein Konzept für eine potentielle Zusammenarbeit zwischen unserer App und dem Reisebüro ausgearbeitet.

Das Konzept beinhaltet den Komfort einer Pauschalreise vollumfänglich auf eine Individualreise zu übertragen. Die Reisenden buchen Flug, Anreise und Unterkunft weiterhin im Reisebüro, bekommen jedoch auch kleinere, lokale Hotels angeboten, die von lokalen Einwohnern geführt werden.

Die Tagesplanung einer Hotelkette wird dann durch unsere App ersetzt, um mehr Planungsfreiheit und Nachhaltigkeit zu gewährleisten, ohne beim Komfort etwas einbüßen zu müssen.

Außerdem haben wir Frau Horstjann-Troll Fragen zu den Reisegewohnheiten ihrer Kunden gestellt um weitere Informationen über unsere Zielgruppe zu sammeln. Das gesamte Konzept und das Feedback befinden sich im Anhang auf S. 56.



Wir haben durch das Interview und das Feedback viele Informationen über das Reiseverhalten von den Kunden eines Reisebüros erfahren. Vor allem der Altersschnitt der Kunden hat uns überrascht. Wir wären nicht davon ausgegangen, dass vor allem auch junge Menschen in einem Reisebüro buchen. Die Methode hat uns auch gezeigt, dass es ein weiter Weg ist jemanden der eine Pauschalreise buchen möchte von einer nachhaltigeren Reisealternative zu überzeugen. Genau deswegen wäre unsere Idee der Kooperation mit einem Reisebüro wahrscheinlich keine die umgesetzt werden würde. Dennoch wurden wir in der grundsätzlichen Idee unserer App bestärkt. Diese scheint Potential für verschiedenste Gruppen von Reisenden zu bieten. Kontakt zwischen Pauschalreisenden und unserer App können wir aber dennoch herstellen. Es scheint durchaus Bereitschaft zu bestehen gute Apps an Kunden im Reisebüro weiter zu empfehlen. Somit bleibt das Reisebüro ein guter Ansatzpunkt um Pauschalreisende zu erreichen.



# Prototypentest



Um die Hypothesen von S. 28 überprüfen zu können und ein Feedback zur direkten Interaktion mit unserer App zu erlangen, wurde ein Prototypentest mit verschiedenen Personen durchgeführt. Des Weiteren wurden diese Personen zu einzelnen Aspekten der Idee befragt.

Zur Erinnerung - Unsere Riskiest Assumption lautete:

Unsere Zielgruppe zieht unsere Tagesplanung  
der Planung eines Hotels / Reisebüros vor.

Der Prototypentest lief wie folgt ab:

Zunächst wurde das Thema und der Kontext der App vermittelt und die wichtigsten Funktionen erklärt. Während des Tests wurden weitere Tipps zur Handhabung gegeben. Die Testpersonen sollten laut denken und Feedback geben, das notiert wurde.

Alle Prototypenteste finden sich ab S. 57 im Anhang.

Abschließend sollten drei Fragen beantwortet werden:

- 1. Ist das eine Art und Weise, wie du dir vorstellen könntest  
deinen Tag zu planen?**
- 2. Würdest du diese Planung der Planung eines Hotels vorziehen?**
- 3. Inwiefern würde dir der Besuch von Juan Martinez Café Lava Java  
ein besseres Verständnis für die Einheimischen bringen?**

(Die letzte Frage bezieht sich auf die letzte Seite in der Swipe-Ansicht  
des Prototypens, siehe das Bild auf S. 26: Lava Java)



Das Feedback des Prototypentest war gemischt. Gerade die negative Bewertung im Bezug auf die Verständlichkeit und den Sinn der App durch die Testpersonen in Marvins Test lässt sich auch darauf zurückführen, dass während des Tests vergessen wurde, ausreichend Hilfestellung zu geben. Der von uns entwickelte Prototyp ist nicht absolut selbsterklärend. Es fehlt bspw. an einer Einführung in die App, die dann bestenfalls durch die Testleiter\*in gegeben werden muss.

Für diesen Prototypentest war dies aber kein Problem, da ausschließlich die Hypothesen von S. 28 und keine Usability getestet werden sollte.

Die allgemeine Idee der App wurde positiv aufgenommen, einzelne Funktionen wurden allerdings unterschiedlich aufgefasst:

Die Mehrheit der Testpersonen hatte Probleme bei der Bedienung der Swipe-Ansicht. Das Herunterziehen zum Anzeigen der vorgeschlagenen Routen wurde bspw. häufig nicht als solches erkannt. Eine Testperson hat die komplette Swipe-Ansicht als negativ aufgefasst.

Das Leaderboard sollte dafür da sein, sich mit anderen Nutzern der App vergleichen zu können, wurde allerdings als nicht sinnvoll wahrgenommen. Die automatische Erstellung von Routen und die Möglichkeit ,sich navigieren zu lassen, wurde von nahezu allen Testpersonen positiv bewertet, auch wenn hier einige Verknüpfungen des Prototypen noch nicht funktioniert haben. Der Gecko als Siegel für die Nachhaltigkeit einer Attraktion wurde allgemein als positiv bewertet. Mehrere Testpersonen waren jedoch der Meinung, dass dieser keinen großen Einfluss darauf hat, ob man sich für oder gegen eine Attraktion entscheidet.

Die Möglichkeit mit einem Local Guide in Kontakt zu treten wurde unterschiedlich bewertet. Es gab einige sehr positive Bewertungen und sogar die Bereitschaft, einen kleinen Geldbetrag für Informationen an einen solchen Einheimischen zu zahlen. Die Funktion des Buttons "Ask a Guide for Info" und die Bedienung der Chat Funktion wurde direkt verstanden.

Von einer Testperson wurde die Chat-Funktion allerdings missverstanden und so interpretiert, dass man sich auch mit anderen Reisenden austauschen kann. Dies war für uns eine neue Erkenntnis und sicherlich auch eine Möglichkeit für unsere App, allerdings keine, die im Kontext unserer App Sinn ergeben hätte, weswegen wir diese nach einer kurzen Teamdiskussion fallen gelassen haben.

Die Überprüfung der Hypothesen aus dem Validation Board hat ein ziemlich eindeutiges Ergebnis geliefert. Die Testperson Karin Berg wurde aus der Auswertung der Hypothesen herausgenommen.

Ursprünglich war ein Prototypentest mit lediglich 5 Personen geplant gewesen und Karin Berg hat nicht ganz unserer Zielgruppe entsprochen. Um auf ein aussagekräftiges Ergebnis zu kommen, haben wir uns auf die anderen Testpersonen konzentriert.

Die Hypothese "Unsere Zielgruppe zieht unsere Tagesplanung der Planung eines Hotels vor." haben 5/5 Testpersonen bestätigt, da sie sich gut vorstellen können, unsere App zu nutzen.

Die zweite Hypothese "Unsere App bringt den Reisenden die lokale Lebensweise der Einheimischen näher." konnten 4/4 Testpersonen bestätigen. Von der Testperson Angela Kühlke liegen zu dieser Frage keine Informationen vor.

Somit sind die Erfolgskriterien der beiden Hypothesen erfüllt und die von uns aufgestellte Riskiest Assumption wurde bestätigt. Somit sind wir mit unserer grundsätzlichen Idee auf einem sehr guten Weg und müssen diese nicht mehr ausarbeiten.

Insgesamt lässt sich der Prototypentest als erfolgreich bewerten. Auch wenn manche Funktionen nicht bei jedem auf Anklang stoßen, würde unsere App von den Testpersonen in jedem Fall genutzt werden.



# Ausblick



Ausgehend von dem Feedback unseres Prototypentest ließ sich das weitere Vorgehen mit unserer Idee planen. Bereits beim Storyboarding bestand die Vermutung, dass das Leaderboard nicht den gewünschten Zweck erzielt. Diese Vermutung wurde durch unseren Prototypentest bestätigt. Für die weitere Bearbeitung unserer Idee würde das Leaderboard als Feature aus der App entfernt werden.

Die Chat-Funktion mit Einheimischen als Local Guide hatte gemischtes Feedback bekommen. Wir würden die Chat Funktion in der App lassen wollen. Dennoch würden wir daraus resultierend eine Priorisierung der einzelnen Features der App vornehmen, sofern diese auf den Markt kommen würde. Einige der Features sind für die vollständige Funktionalität der App weniger wichtig als andere. Das spiegelt sich in der Priorisierung der einzelnen Features wieder:

Feature	Priorisierung
autom. Routenerstellung	essenziell
Navigation	essenziell
Swipe-Ansicht	essenziell
Routenvorschläge	essenziell
Bewertung auf Nachhaltigkeit & Lokalität	essenziell
Attraktionen filtern	optional
Chat Funktion im Local Guide	optional
Routenvorschläge bearbeiten	optional
Leaderboard	optional



Essentielle Features sind für die Funktionsweise unserer App notwendig. Optionale Features können den Funktionsumfang der App erweitern, sind aber nicht essenziell.

Die Chat-Funktion könnte ggf. nach weiterem Feedback von Nutzer\*innen nach Veröffentlichung der App hinzugefügt werden. Zum jetzigen Zeitpunkt fällt sie aber raus.

Die Swipe Funktion ist Kernstück unserer App. Es ist von großer Bedeutung, dass diese den Erwartungen der Nutzer entspricht. Vor der Veröffentlichung der App würden wir deshalb Änderungen vornehmen. Diese beinhalten u.a., dass die Swipe-Ansicht durch die Möglichkeit ergänzt wird, alle Attraktionen auch in einer Liste betrachten zu können. Hierdurch hat man alle Attraktionen direkt im Blick und der Kritik einer Testperson, dass man eine Attraktion schwierig ablehnen könne, ohne zu wissen was man noch für Optionen hat, wäre entgegengewirkt.

Wahrscheinlich würden in der Listenansicht dennoch Filterfunktionen benötigt werden. Diese sind nur als optional eingetragen, da sie nicht elementar für die Funktionsweise der App sind, wären jedoch wichtig, um auch eine große Menge Attraktionen übersichtlich darzustellen. Außerdem dienen sie der Usability.

Wie nachhaltig eine einzelne Attraktion ist, ist ein essentielles Feature unserer App, der erhaltenen Kritik nach, sollten wir dies allerdings deutlicher als lediglich durch die Farbe des Geckos darstellen. Hierbei muss das Ziel sein, den Reisenden wirklich bei der Wahl einer Attraktion zu beeinflussen.

Die genannten Änderungen wurden jedoch nicht mehr in den Prototypen übernommen, sondern sind als Änderungen an der Idee zu verstehen.

Das Ziel des Prototypentests war das Überprüfen der Hypothesen und mit den Ergebnissen sind wir sehr zufrieden.

Ein nächster Schritt, der aber über den Rahmen diesen Moduls hinaus geht, wäre ein Real-Life Test mit Nutzer\*innen im Urlaub sowie ggf. ein Usability Test.

# Fazit



Zu Beginn des Projektes haben wir das Problem erkannt, dass Massentourismus einen negativen Einfluss auf Urlaubsorte hat. Betroffen sind, unserer Recherchen nach, vor allem die Einheimischen in armen Ländern, die stark vom Tourismus abhängig sind. Doch durch Pauschalreisen, die meistens von großen Hotelketten angeboten werden, verdienen Einheimische immer weniger.

Massentourismus-Attraktionen bringen zudem Abstand zwischen Einheimische und Reisende.

Durch die Treppe der Abstraktion konnten wir herausfinden, dass Reisende sich häufig aus Gründen der Zeit und des Komforts für eine Pauschalreise entscheiden. Dadurch erleben sie weder die lokale Lebensweise vor Ort, noch hat ihre Reise einen positiven Impact auf die Region.

Um diese beiden Hypothesen zu bestätigen und das Problem zu lösen, haben wir verschiedene Methoden zur Hilfe genommen.

Es folgt eine Rekapitulation unserer Vorgehensweise:

Um uns besser in die Zielgruppe hineinversetzen zu können, haben wir Personae erstellt und festgestellt, dass sowohl Pauschalreisende als auch bereits nachhaltiger Reisende unsere App verwenden können.

Mit einer Empathy Map haben wir mehr Wissen über unsere primäre Zielgruppe, den Familienvater, erfahren. Dieser setzt auf Stabilität im Leben und tut alles für seine Familie. Wenn wir also seine Reisegewohnheiten verändern wollen, müssen wir hier ansetzen.

Durch die Methode How-Might-We haben wir herausgefunden, dass wir bei der Tagesplanung der Reisenden ansetzen wollen.

Diese drei Methoden waren uns schon bekannt und wir konnten schnell Erfolge sehen und neue Erkenntnisse gewinnen. Den ersten Schritt vom Design-Thinking-Prozess, Empathize, sehen wir nicht als eine abgeschlossene Einheit an. Wir haben uns im gesamten Entwicklungsprozess immer wieder die Frage gestellt, ob es das Problem der Nutzer\*innen löst und ihre Bedürfnisse erfüllt. So haben wir auch im fortgeschrittenen Entwicklungsprozess Kreativmethoden eingebaut, die uns mehr Empathie und Infos zur Zielgruppe gebracht haben. Dies hat uns Sicherheit gegeben, dass wir uns auf dem richtigen Weg befanden.

Mit Hilfe der Methoden Crazy-Eight, Galerie der Ideen und Synektik haben wir Ideen gefunden, validiert und überarbeitet. Die Crazy-Eight-Methode war hierbei am stressigsten und im Gegensatz zur Synektik nicht ganz so hilfreich. Die Synektik-Methode war für uns neu, spaßig und am erfolgreichsten.

Mit Lego und Scribbeln hat jedes Teammitglied die Kernaspekte der App dargestellt, sodass wir danach alle das selbe Verständnis hatten.

Um danach nicht unstrukturiert in die Entwicklung eines App-Prototypen / Mockups zu gehen, haben wir mit einem Storyboard den gesamten Interaction-Flow dargestellt und uns so gemeinsam auf alle Aspekte der App geeinigt, die man dann nur noch digitalisiert nachbauen musste.

Neben einem Interview mit einem Reisebüro, um dieses als potenziellen Partner zu validieren, haben wir unseren Prototypen mit potenziellen Nutzer\*innen getestet.

Für die einzelnen Aspekte unserer App (Swipe-Ansicht, Leaderboard, Chat, usw.) haben unsere Teste gemischtes Feedback ergeben. Nichtsdestotrotz konnten all unsere vorher formulierten Hypothesen bestätigt werden. So würden alle befragten Testpersonen unsere App bevorzugen, anstatt eine Tagesplanung eines Hotels zu bekommen. Sie sind außerdem überzeugt, dass unsere App eine lokale Lebensweise näher bringt.

Mit den Ergebnissen der Prototypenteste sind wir sehr zufrieden gewesen. Wir konnten Einiges mitnehmen, was wir für zukünftige Prototypen verbessern würden. So haben wir eine Priorisierung der einzelnen Teile der App vorgenommen, da die Teste ergeben haben, dass das Leaderboard, die Chat-Funktion und die Bearbeitung der Routenvorschläge optional sind.

# Fazit



Als Nächstes würden bei uns weitere Teste des überarbeiteten Prototypen, sowie ein Usability-Test vorgenommen werden. Einer unserer Prototypenteste ging mangels ausführlicher Einführung in die Bedienung schon aus Versehen in Richtung Usability-Test. Dies würden wir nun aber explizit mit diesem Ziel und dem passenden Kontext durchführen. So wäre auch ein Anwendungs-Test im realen Kontext, also z.B. in einem Urlaubsszenario, angesetzt.

Bisher haben wir uns aus zeitlichen Gründen eher weniger mit der unternehmerischen Herangehensweise an unsere Idee beschäftigt. Wir haben allerdings das Lean-Canvas Modell erstellt, was uns vor allem erstmal einen Überblick verschafft hat. Aufgrund von Startup-Erfahrungen eines Teammitglieds haben wir das Lean-Canvas dem Business-Model-Canvas vorgezogen. Das Lean-Canvas bündelt viele unser vorher bearbeiteten Aspekte (Problem, Kunden, Competitors, etc.) und fasst sie auf einen Blick kurz und knapp zusammen. Mit diesem Lean-Canvas wäre es für uns jetzt möglich an Investoren heranzutreten und unser Konzept klar und deutlich zu präsentieren. Wie im Lean-Canvas gefordert, haben wir uns noch weitergehend mit dem Thema Finanzierung beschäftigt. Dies hat allerdings noch Potenzial. Wir haben durch unsere Recherche herausgefunden, welche Wege wir gehen können, es fehlt die Validation und konkreten Handlungsschritte.

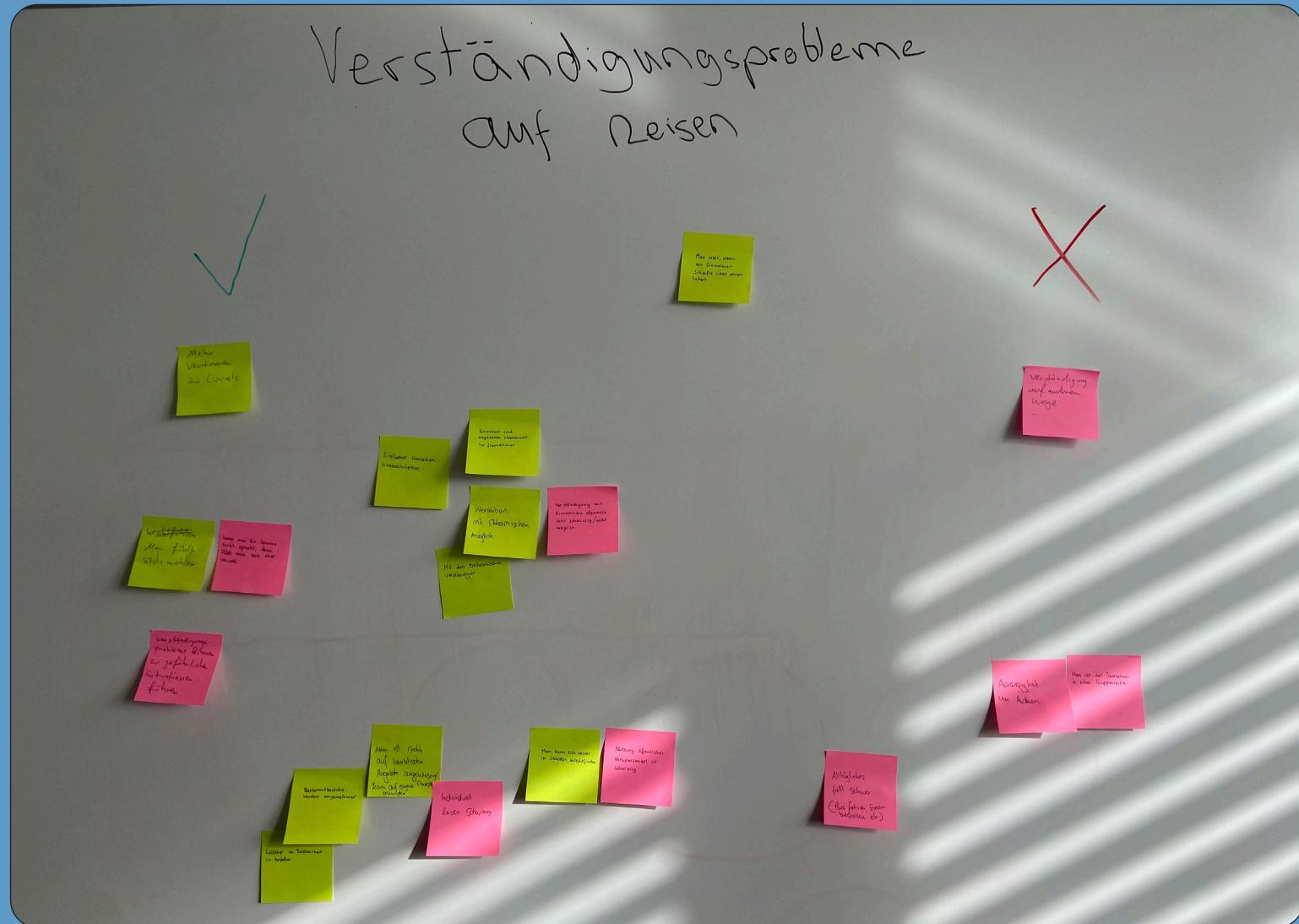
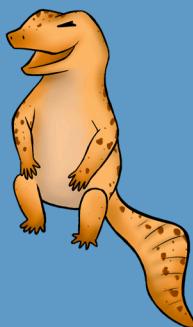
Als Nächstes würden also noch weitere Gespräche mit potenziellen Partnern geführt werden, um schnell auf den Markt zu kommen und mehr Nutzer\*innen, sowie Feedback, zu bekommen.

Mit dem Design-Thinking-Prozess konnten wir uns immer an einer sinnvollen Struktur orientieren und hatten das Ziel immer vor Augen. Probleme in der Vorgehensweise gab es daher nicht. Wir sehen allerdings Potenzial in der Teamaufteilung und Rollendefinition. Wie bei der Prototypenentwicklung hätten wir unser Team ganz von Anfang an in Kompetenzbereiche unterteilen sollen. Mira ist bspw. unfassbar gut im Zeichnen (siehe unseren Gecko) und hat nicht so viel Spaß beim Ausformulieren von Texten. Diese Stärken würden wir bei einem nächsten Projekt vermehrt einsetzen.



## Verständigungsprobleme auf Reisen

“Hier beginnt der Anhang”



# Stakeholder



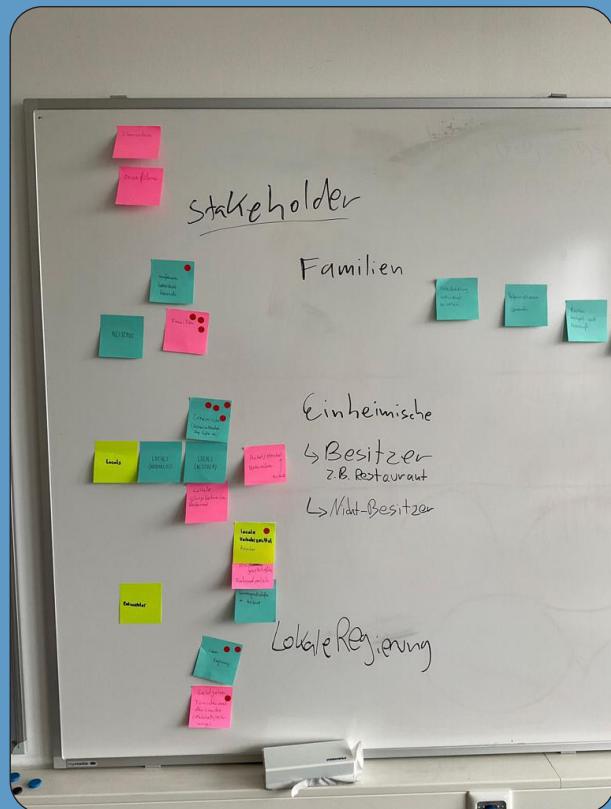
16.10.21



Team



1. Wochenendseminar



Name	Rolle	Bedeutung oder Einfluss für das Projekt	Interesse oder Vorteile im Projekt	Maßnahmen
Walter	Reisende	Für die Reisenden neue Wege entwickelt Stetige Anfragen bestimmt Geringer Einfluss auf Umsetzung	Lernen Verständigen Weniger Frustration auf Reisen Hemmwerke an unbekannter Orte müssen weniger	Einbeziehen in User-Research User Testing
Vivian	Einheimische	Ihr Land ist der Grund der Reise	Einheimische Kommunikation mit Reisenden Bessere Kommunikation → mehr Chancen auf Erfolg	Mit in die Entwicklung einbeziehen User Testing
Eric	Entwickler	große Bedeutung für Umsetzung Einfluss gering nur Umsetzer Oft Interessenten / Drosselarbeiten eigene Meinung	Thema entspricht persönlichen Interessen In ihrem Job präzise und guter Umsetzung	Freizeit hat keine direkte Beziehung zu Projekt müssen diese klären
Thomas	Auftraggeber	gibt Ziel und Grund der Lösung vor	Erfolgreicher Abschluss des Projekts	Mit in die Entwicklung einbeziehen Transparenz Erreichung
Linda	Sprachwissenschaftler*in/ Dolmetscher*in/ Linguist*in	Qualität & Korrektheit des Inhaltes schwierige Art und Weise der Verständigung vorgelesen	Abstimmung zwischen Reisenden und lokaler Bevölkerung möglichst automatisch Kooperation und Multikulti ermöglichen	Testet Lösungen ab schnell und richtig ist
Sean	Reiseunternehmen/ Fluggesellschaft	Konkrete Anfragen und Funktionen vorbringen größerer Anteil des Neuen ist auch großes Geld	Reisebüro der eigenen Kunden verbessern Vorteil gegenüber der Konkurrenz	Teilt am Ausbau und eines Konzeptes

Stakeholder-Tabelle alt



Stakeholder-Tabelle neu

Name	Rolle	Bedeutung oder Einfluss	Interesse oder Vorteile im Projekt	Maßnahmen
Bastian Schmidt	Reisender, Familienangehöriger, aktiver Stakeholder	Nutzer*in des Produktes Projekt erfüllt die Bedürfnisse der Nutzer*in	Komfortables, aber individuelles Reisen Zeitersparnis & leichtere Planung	Nutzer*innen Recherche: Was wollen die Nutzer*innen? Nutzer*innen Testing: Wird das Produkt angenommen?
Carlos Rodriguez	Einheimische, Besitzer*in (z.B. Café, Restaurants, etc.), aktiver Stakeholder	Bietet nachhaltige Attraktionen an	Befüllt das Produkt mit Inhalten/ Anzeigen Profiziert durch mehr Besucher*innen	Nutzer*innen Testing: Präsentiert das Erstellen von Inhalten?
Maria Fernanda	Einheimische, Nicht-Besitzer*in, passive Stakeholder	Geringer Einfluss	Können das Projekt verhindern Reisende halten sich in ihrer Heimat auf	Kein Profit, deshalb nicht direkter Vorteil Profizieren Interesse von positivem Impact auf die Region
Carmen Calvo Poyato	Politiker*in der Lokalen Regierung, aktiver Stakeholder	Können das Projekt verhindern	Hilfreich bei Kooperation (kontakte etc. vermitteln) Kultur wird gefordert	Umwelt wird geschont Vorteile für die Region klar darlegen

Stakeholder-Relevanz-Matrix neu



# Treppe der Abstraktion



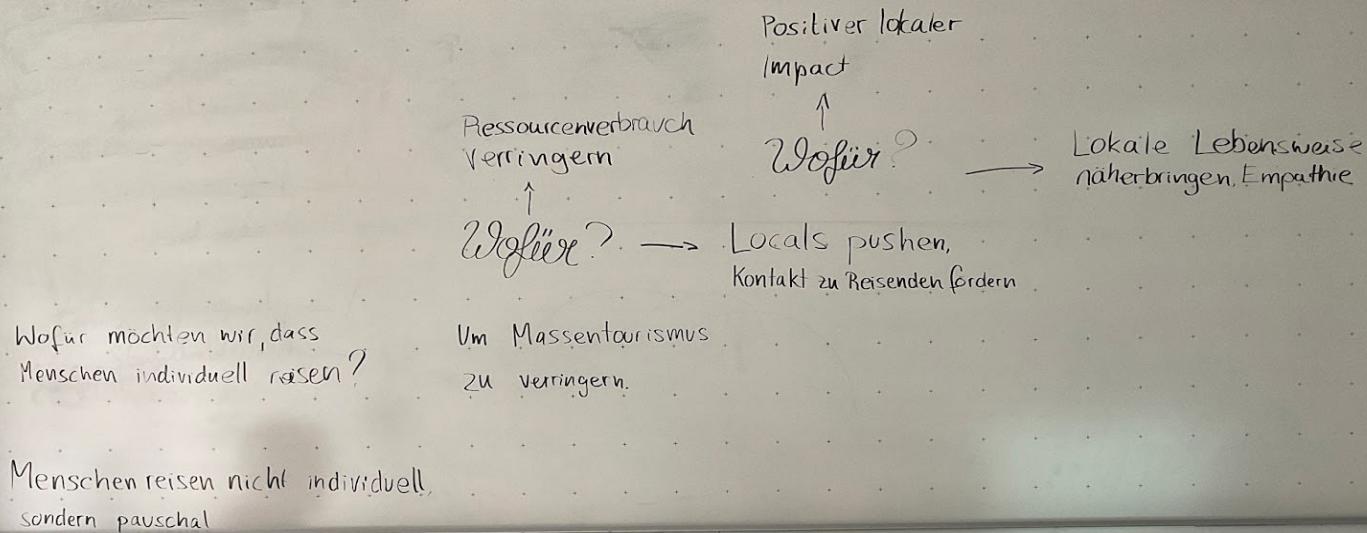
16.10.21



Team



1. Wochenendseminar

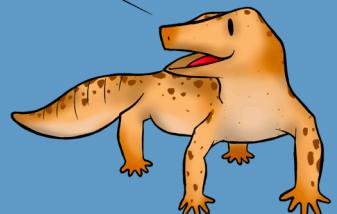


Warum reisen M. nicht individuell?

→ Wegen fehlender Bequemlichkeit bei Durchführung der Reise vor Ort  
WARUM?  
→ Wegen Stress bei Tagesplanung  
WARUM?  
Wegen fehlendem Wissen über das Land (Kultur, Sprache, Nahverkehr)  
Essen  
WARUM?  
Wegen fehlender Zeit

Durchführung vor Ort  
Bequemlichkeit  
Sicherheit  
Gewohnt  
fehlendes Wissen  
Preis

“Treppensteigen ist echt anstrengend!”



# How Might We



16.10.21



Team



1. Wochenendseminar

Entscheidung, wie man Reisen möchte:

- Wie können wir es schaffen, dass der Familienvater sich für die nachhaltige Option entscheidet?
- Wie schaffen wir es dann Reisenden die Vorteile einer individuellen Reise zu vermitteln? (3 Punkte vom Team)
- Wie schaffen wir es, dass Familien sich dazu entscheiden eine Individualreise zu buchen?
- Wie schaffen wir es, dass der Reisende beim Planen einer Individualreise auf unsere App stößt?

Transport und Unterkunft buchen:

- Wie schaffen wir es, dass Reisende sich für eine nachhaltige Anreise entscheiden? (1 Punkt vom Team)
- Wie schaffen wir es, dass Reisende sich für öffentliche Verkehrsmittel anstatt eines Autos entscheiden?

Tagesplanung:

- Wie schaffen wir es, dass Reisende sich aktiv gegen Massen-Tourismus-Attraktionen entscheiden? (3 Punkte vom Team)
- Wie schaffen wir es, dass Reisende in ihrer Tagesplanung ein eigenständiges Programm für sich finden?
- Wie schaffen wir es, dass Reisende einfach eine individuelle Tagesplanung gestalten können, die die Kultur der Locals beinhaltet? (1 Punkt vom Team)

Erlebnisse:

- Wie schaffen wir es, dass Familien Locals in ihre Erlebnisse mit einbeziehen?
- Wie schaffen wir es, dass die Aktivitäten auf der Reise die Locals unterstützen?
- Wie schaffen wir es, dass die Reisenden bei den Erlebnissen den Punkt "Nachhaltigkeit" im Kopf behalten und berücksichtigen?
- Wie schaffen wir es, dass Reisende in lokalen Restaurants essen gehen?
- Wie schaffen wir es, dass Reisenden während ihrer Erlebnisse weitere lokale Erlebnisse vorgeschlagen werden?
- Wie schaffen wir es, dass Reisende im Verlaufe des Tages lokale Sehenswürdigkeiten und Orte besuchen?

Abreise:

- Wie schaffen wir es, dass die Familie die Reise mit einem positivem CO2-Fußabdruck beenden? (2 Punkte vom Team)

Informationen sammeln:

- Wie schaffen wir es, dass möglichst wenig Zeit für die Informationsbeschaffung benötigt wird? (2 Punkte vom Team)
- Wie schaffen wir es, dass Reisende passende, nachhaltige und lokal geführte Unterkünfte finden?
- Wie schaffen wir es, Reisende für eine andere Kultur zu begeistern?

Vor Ort Informationen sammeln:

- Wie schaffen wir es das Reisende auch vor Ort ihren täglichen Bedarf möglichst ökologisch beschaffen?
- Wie schaffen wir es, dass Reisende in den Austausch mit Einheimischen kommen, anstatt nach allen Informationen im Internet zu suchen?

**HMW Fragen zu den Personas:**

Bastian Schmidt:

- Wie schaffen wir es Bastian auf die Vorzüge einer Individualreise aufmerksam zu machen?
- Wie schaffen wir es, dass Bastian weiß, welche Auswirkung sein Pauschalurlaub auf die Region hat?

Daisy Wilson:

- Wie schaffen wir es, dass Daisy auch in lokalen Shops nachhaltige Kleidung kauft?
- Wie schaffen wir es, dass Daisy durch lokale Attraktionen andere Kulturen kennenlernen?

Ulrike Petersen:

- Wie schaffen wir es, dass Ulrike Petersen unsere App nutzt um ihre nachhaltigen Urlaube zu planen?
- Wie schaffen wir es, dass Ulrike Attraktionen findet bei denen sie ihren Hund mitnehmen kann?

# Mom-Test



27.10.21



Micha

Hallo, ist Reisen in deinem Leben wichtig?

Zu Reisen ist ganz schön. Hin und wieder mal eine Reise zu machen gehört auf jeden Fall dazu.

Sag mal, was gefällt dir eigentlich gut am Reisen?

Mich auszuruhen, zu relaxen, Nichts zu tun.  
Aber auch andere Länder und Kulturen kennen zu lernen ist mir wichtig.

Wann hast du das letzte mal eine Pauschalreise unternommen?

Ich glaube meine letzte Pauschalreise habe ich im Sommer 2019 nach Lanzarote unternommen.

Warum hast du die Pauschalreise unternommen?

Ich finde Pauschalreisen einfach und günstig. Man muss sich weder um den Transport kümmern, noch die einzelnen Sachen, wie Flug und Hotelbuchung miteinander abstimmen. Das ist extrem praktisch!

Gibt es etwas, dass dich dazu bewegt hat keine Individualreise zu machen?

Ich glaube, dass Reisebüros und große Veranstalter eine Reise besser planen können als ich.

Kannst du dir vorstellen eine App zu nutzen um Individualreisen zu erleichtern? Wobei könnte dir die App helfen?

Mein Handy habe ich ja sowieso immer dabei, also klar warum nicht. Die App könnte mir sehenswerte Ecken in der Region zeigen. Ich kann mir auch vorstellen eine App zu nutzen, die mir direkt anzeigt, welches Hotel ich in der Nähe nutzen sollte, oder wo ich am günstigsten z.B. einen Mietwagen leihen kann. Da gibt es aber glaube ich schon Apps für.

Würde für dich bei der Wahl deiner Reiseart eine Rolle spielen, ob du damit Menschen lokal vor Ort unterstützen kannst, bzw. nachhaltiger Reisen kannst?

Nachhaltigkeit ist sehr wichtig, und Menschen vor Ort zu unterstützen klingt gut! Ich weiß nicht wie ich dazu beitragen kann, aber man sollte so etwas auf jeden Fall bedenken.

# Galerie der Ideen



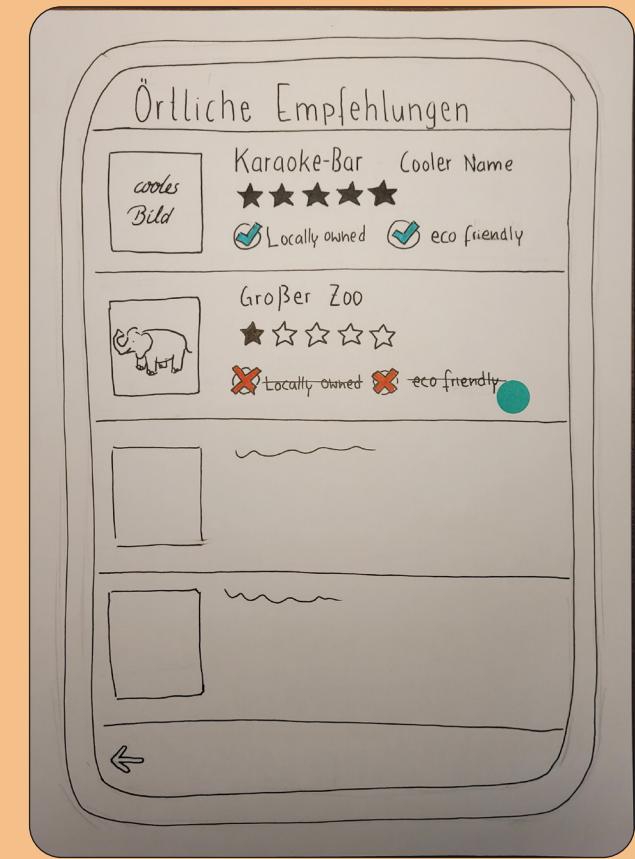
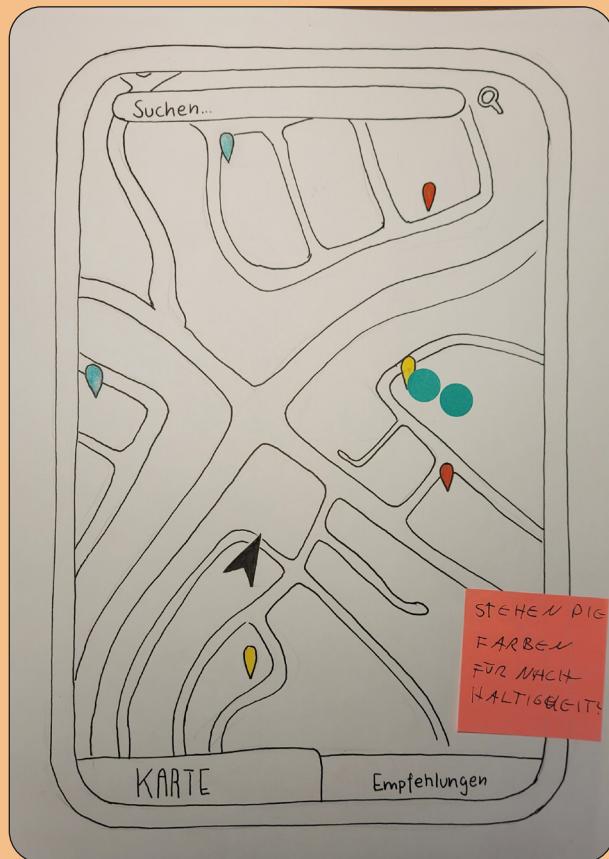
17.10.21



Mira



1. Wochenendseminar



# Galerie der Ideen



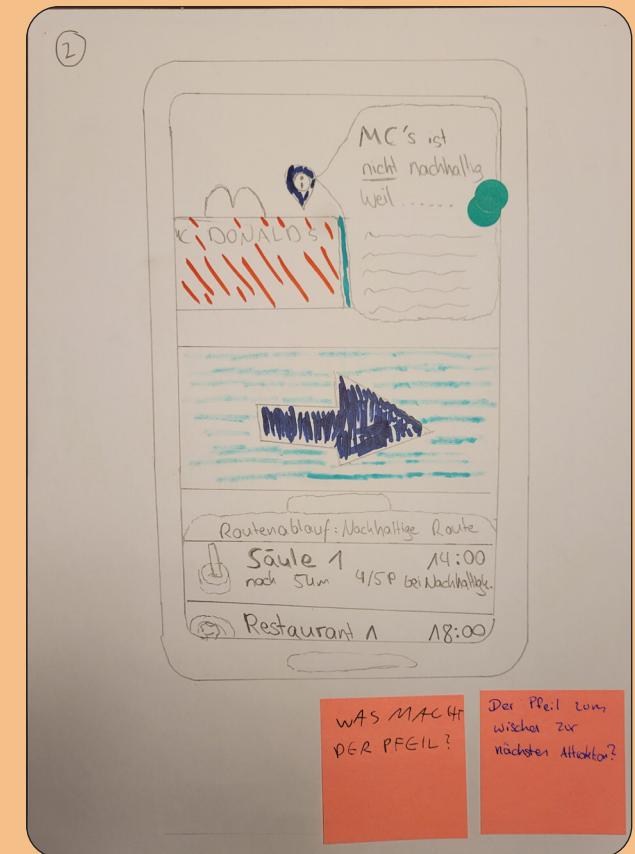
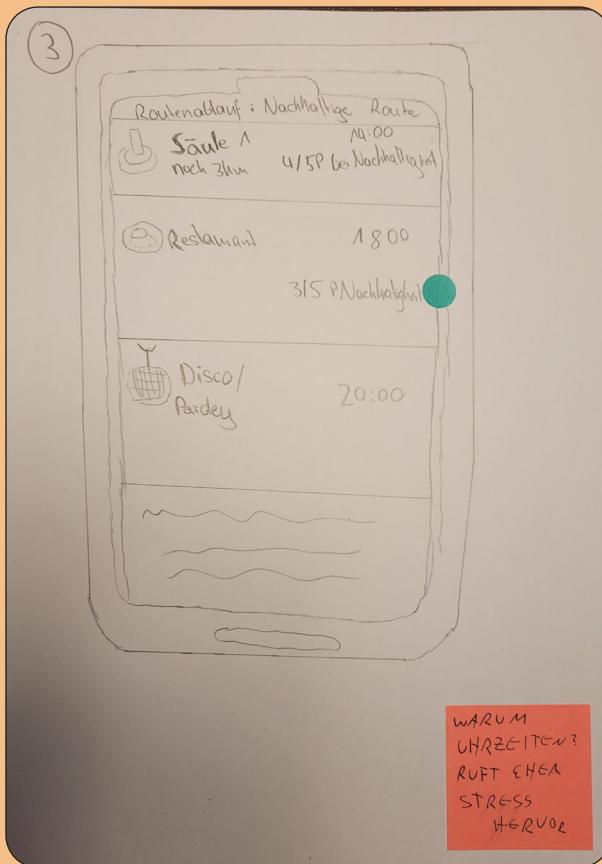
17.10.21



Micha



1. Wochenendseminar



# Galerie der Ideen



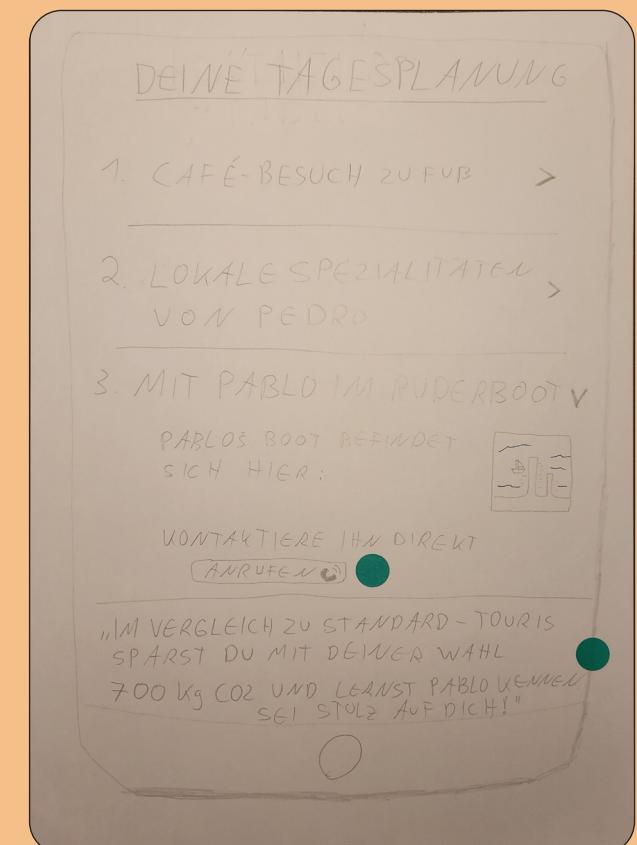
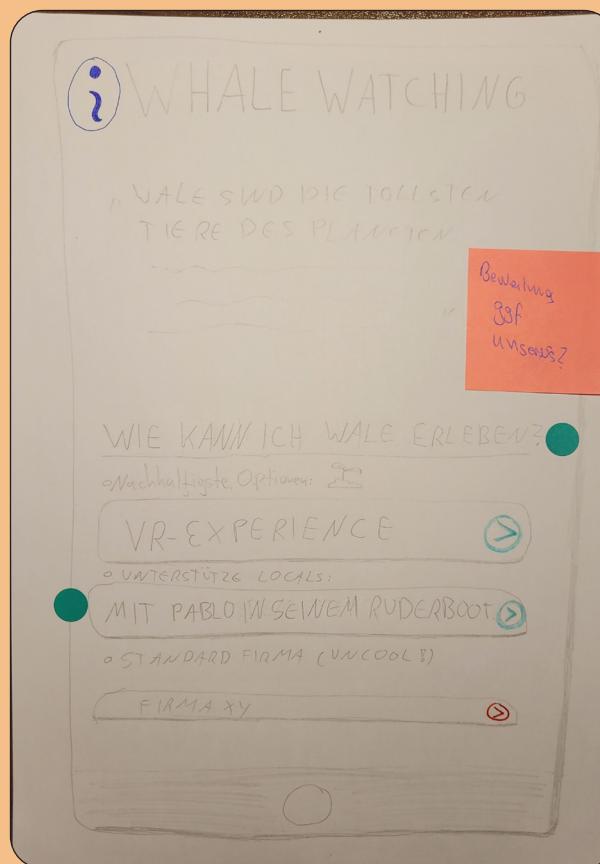
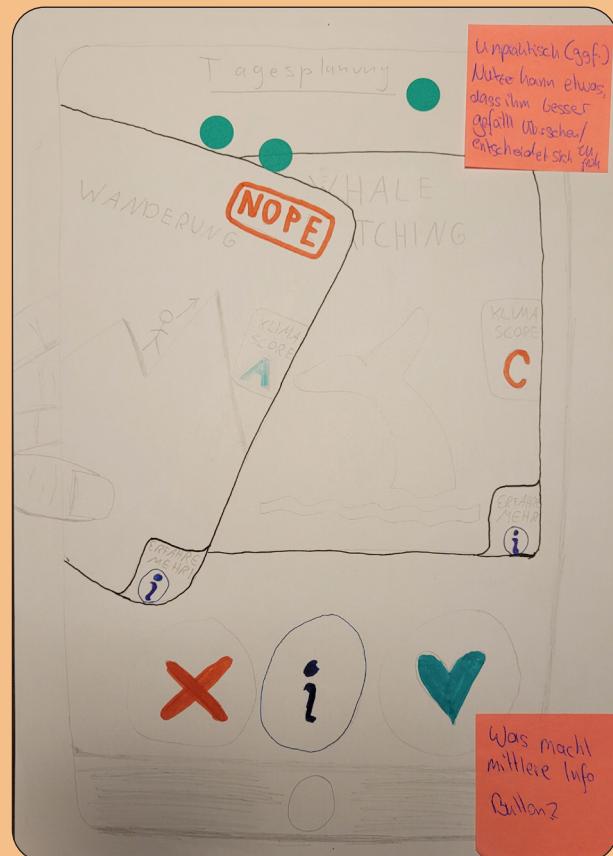
17.10.21



Marvin



1. Wochenendseminar



# Galerie der Ideen



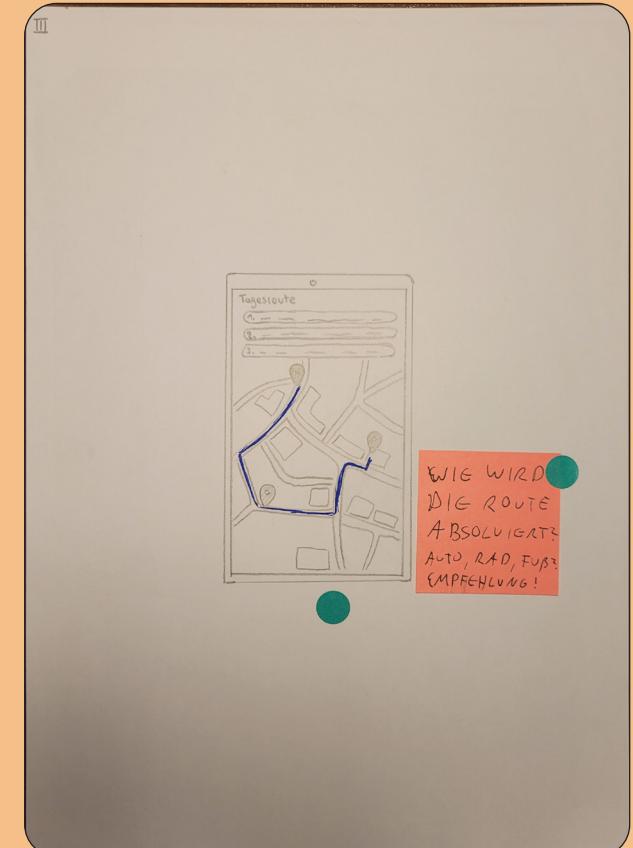
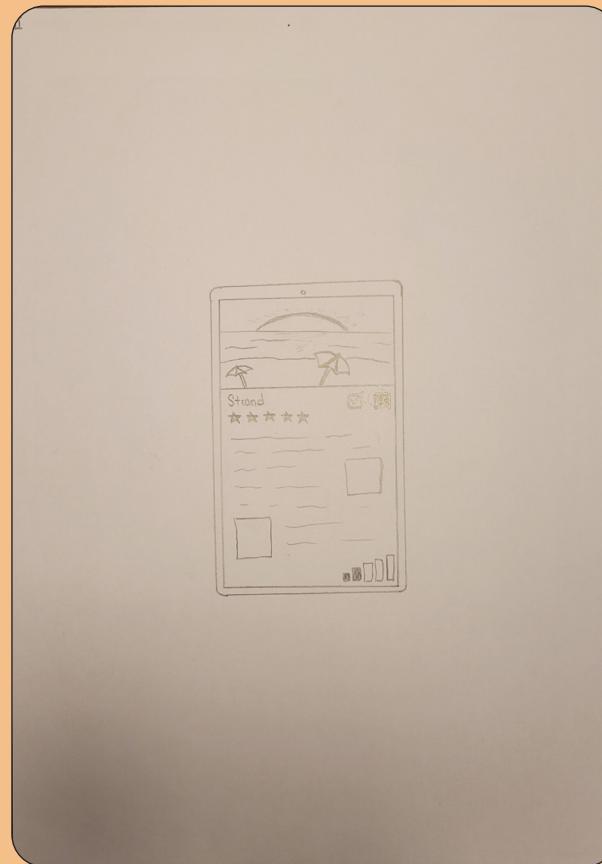
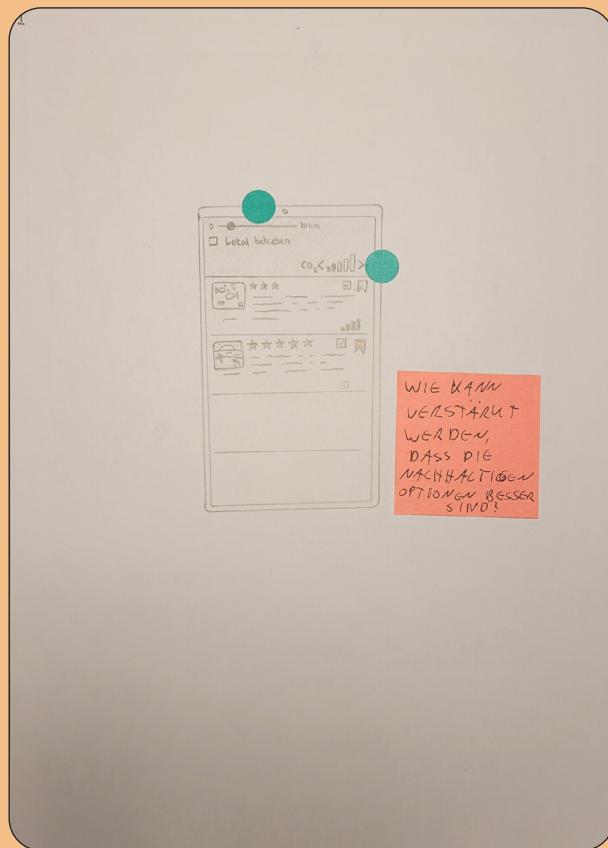
17.10.21



Niklas



1. Wochenendseminar



# Lösung



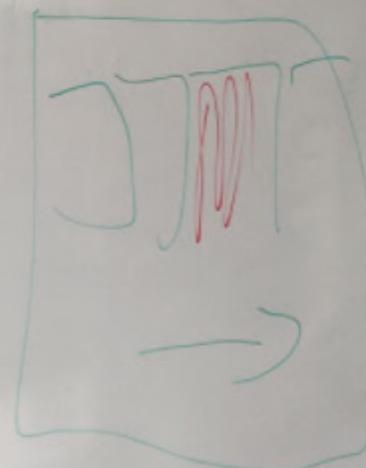
17.10.21



Team

Lösung:

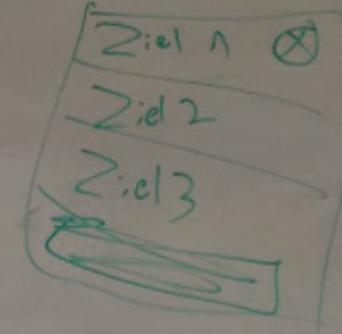
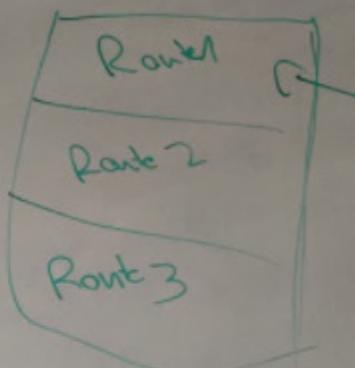
- Karte + Markierung  
nachhaltige Aktivitäten
- AR
- Swipe Funktion



Pauschal

- chillig, aber  
→ Negativer Aspekt:  
- Wasser / Erde  
- Esse - Veränderung  
- große Wetter - Wetter - Profil  
- keine lokalen Gewässer

Beton caribe  
Landwirtschaften



Presi:

> Bastian hat endlich Urlaub. Will 2 Wochen entspannen.  
ausm Althayvan, neues Land. Will sich um nichts kümmern.  
Pauschalweise?

Werdeidet? Carlos (Wie? / Konzept / Mit Müh und Leid)

Wir fragen uns: Kann Bastian einen entspannen Urlaub  
haben, ohne dass Carlos dauernd leidet? (Ja!)

# Empathy Map



10.11.21



Team



# Interview



18.11.21



Mira

Wie viele Reisen hast du denn bis jetzt schon gemacht? Weisst du das ungefähr?

Lass mich kurz überlegen... 30-40 würde ich sagen, aber ich glaube das sind wahrscheinlich mehr.

Die letzte Urlaubsreise war bei dir ja in Zingst (Das Ferienhaus meiner Großeltern). Was unternimmst du denn am liebsten, wenn du da bist?

Also ich gehe gerne in meinen Garten, wenn der nicht ganz so fürchterlich aussieht. Dann fahre ich gerne mit dem Fahrrad an den Weststrand. Ich fahre gerne mit dem Fahrrad! Ich liege auch gerne einfach in der Sonne.

Was war denn deine letzte Reise, die nicht nach Zingst ging?

Die letzte Reise war meines Erachtens die Fahrradtour durch Polen. Das war eine organisierte Tour. Wir waren meine ich zu 8 Leutchen. Das war sehr interessant. Da sind wir an der polnischen Küste lang gefahren. 8 Tage lang war das glaube ich. Wir wollten das ja gerne wiederholen, also nochmal so eine lange Radtour machen, aber Opa schafft das ja leider nicht mehr...

Was sind denn deine Reisebedürfnisse? Beispielsweise Neugierde oder Entspannung?

Alles was du gesagt hast stimmt zu! Vor allem was neues erleben! Was völlig neues. Andere Menschen, andere Sitten. Das ist für mich das Interessante dabei. Darum waren wir ja auch in Österreich und Italien. Dann waren wir in England und Irland mit dem Wohnmobil das war ganz toll. USA, New York war super, Russland, Moskau und St. Petersburg. In China haben wir die chinesische Mauer besucht das war auch ganz toll. Und vor 3 Jahren haben wir die Hurtigruten in Norwegen gemacht. Das waren alles so ganz neue Eindrücke und das ist einfach toll für mich!

Was ist denn dein perfekter Tagesablauf auf einer Reise?

Sich um gar nichts kümmern zu müssen, sich morgens an den Frühstückstisch zu setzen, der gedeckt ist oder auch anderherum, sich selbst darum bemühen sich was zu Essen zu besorgen und dann Schwierigkeiten mit der Sprache zu haben. Das bringt sehr viel Spaß.

Worauf würdest du am ehesten verzichten können bei einer Urlaubsreise?

Auf eine ganz tolle Unterkunft oder so. Besonders organisiert hab ichs auch nicht so gerne, das mach ich lieber selbst. Aber neue Eindrücke und Dinge, die ich nicht kenne, würde ich doch gerne nochmal kennenlernen.

Magst du lieber Action oder lieber Ruhe?

Lieber Action! Also jetzt noch. Es fragt sich, wie lange noch haha.

Lieber Berge oder lieber Meer?

Du, beides! Berge liebe ich auch wirklich. Ich bin ja in Österreich und Italien quasi alle Skipisten schon mal runtergefahren. Dann war ich in Kanada mal zum Skifahren eingeladen das war toll. Und ich würde auch ganz gerne wandern, aber das wird ja immer schwieriger in meinem Alter.

Hast du es lieber sehr warm oder eher kälter?

Joa normale oder kältere Temperaturen. Ich muss keine Hitze haben. Dafür bin ich zu Hitzeempfindlich geworden.

Bist du lieber im Ausland oder lieber in Deutschland?

Ach beides. Deutschland hat auch so viele Ecken, die ich noch garnicht kenne... das würde ich auch gerne nochmal erleben. Aber Ausland ist natürlich auch reizvoll. Die ganz neuen Leute, die andere Umgebung und Sprache finde ich sehr interessant.

Wärst du daran interessiert lokale Attraktionen und Einwohner in anderen Ländern näher kennenzulernen?

Ja auf jeden Fall! Das hab ich ja auch eben schon gesagt, dass ich andere Kulturen und Sprachen sehr spannend finde.

Was hältst du von einer Smartphone-Anwendung, die dir hilft lokale Attraktionen, außerhalb von typischem Tourismus zu finden?

Also du weißt ja ich und Handys ist ja so ne Sache... Ich weis ja nicht ob ich mit sowas klarkommen würde, aber wenn das auch für alte Frauen, wie mich einfach benutzbar ist, finde ich das super. Und es darf natürlich nicht zu viel für mich organisiert werden. Ich will meinen Freiraum ja noch haben!

# Synekistik



16.11.21



Micha, Mira, Niklas

Wie können wir es schaffen Reisenden die lokale Lebensweise näher zu bringen?

Wie können wir es schaffen, dass Reisen einen positiven lokalen Impact haben?

## LAMPE

hell

- Laternen auf unbelasteten Wegen zu lokalen Attraktionen anbringen

elektrisch

- Tafellampen, die einem Stromschlag verpassen wäre man zu Starbucks geht
- vermeidet elektrische Fortbewegungsmittel abseits, die vor Ort weniger Abgase ausspielen

energetisch

- Gruppenstellen von Reisenden zum Austausch von lokalen Erlebnissen "an sozialen Orten" geht

Wärmend

- Locals kaufen einen Einladung bei sich zu Hause zu übernachten

motivativ

- KI die sich deine Vorlieben auf Basis markt und darüber hinaus Vorschläge gibt

Ziel ist zu dem

Wie können wir es schaffen Reisenden

die lokale Lebensweise näher zu bringen?

Wie können wir es schaffen, dass ihre Reisen einen positiven lokalen Impact haben?

## Löffel

klein rundlich

- kleiner Chip in der Frisbees mit Hosentasche, der piept, wenn man Flieger den in Manschette wipft zu Mees geht
- Miniaturansicht (M) von oben; farbliche Markierung von verschiedenen Attributen

kalt\*

nützlich

- Besuchte können die Toiletten der Locals nutzen
- Beobachtungszimmer "Toiletten" Man kann die Toilette nur aus Rücksicht auf andere benutzen

glänzend\*

- Spiegel mit Infos. Wenn du hier leben würdest dann kann das den Bewohnerhabitus etc.

Wie können wir es schaffen Reisenden die lokale Lebensweise näher zu bringen?

Wie können wir es schaffen, dass Reisen einen positiven lokalen Impact haben?

## VOGEL

frei

- Verkehrsaufangbot auch zu abgelegenen Orten

spitz

- Leaderboard, wie lokal nachhaltig man war/ist

elegant

- Gegenüberstellung von teuren Restaurant / Restaurant vom Einheimischen um Vorteile des lokalen Restaurants hervorzuheben

laut

- lautes Kommsignal von Handy, welche man nicht leicht noch hört in seine Rente packt

sozial

- Austausch mit anderen Reisenden über die lokalen Schwerpunktgleichen
- Gemeinsam mit anderen Reisenden eine Route planen und durchführen

Man kann auf seiner Route Einheimische treffen, die in der Nähe unterwegs sind und sich mit diesen austauschen

# Lego & Scribbeln



27.11.21



# Team



## **2. Wochenendseminar**

Spielradius ändern ↴

→

irgendwo hier zwischen noch NE Bewertung  
(\*+\*)

Ein paar Routen nur für dich :)

Route 1:	(4 h 30 min)
- dies	
- das	
- Ananas	

Route 2:	(2 h)
- eeeee	
- meeee	
- maaaa	
- aaaa	

Wegzeit zwischen einzelnen Attraktionen anzeigen ↪

Route 1: 4 h 30 min

- = Dies ①
- = Das ①
- = Ananas ①

(+)

Ananas ?

- Coctailbar

Straße 4  
42014 Stadt  
Spanier

Nachhaltig 4/5

↳ Wanna talk about it?

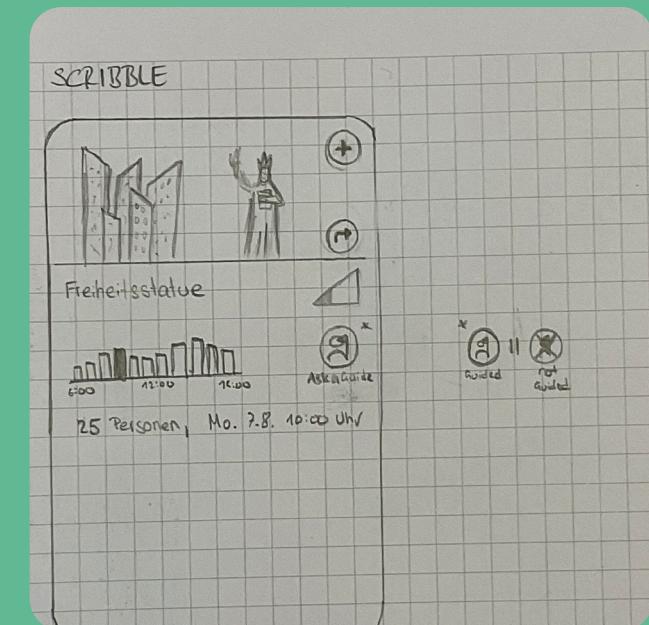
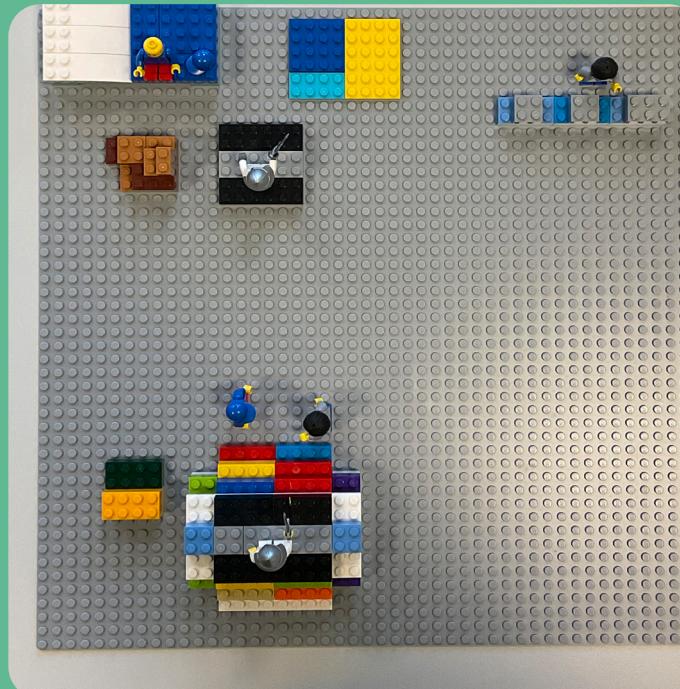
Ask a local

Nachhaltigkeits Leaderboard

Platz	Name	Punkte
1	Susi	150 pt
2	Strolch	140 pt
3	Wanda	135 pt
4	Cesario	90
5	Dietrich	70
6	Daniell	60
7	Juliane	55
8	Jean	45
9	Lena	43
10	kein Plan	

← Punkte für Leaderboard

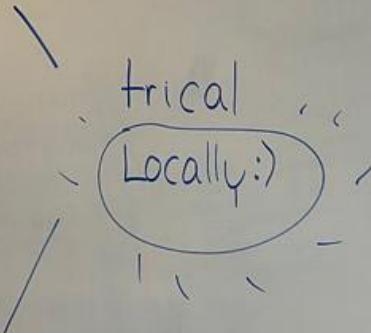
↖ erst mal hinten anstellen die Idee





## Brand Names

- travellow
- trical |||
- LocInTra |
- Locally:) |||
- Localtrav
- Local |||
- NeighbourGood
- Collogeco |



# Storyboard



27.11.21



Team



2. Wochenendseminar

**Locally:)**  
Welcome back Bastian!  
Signing in...

**Moai Kopf**  
Coolie Infos über das das sind echt fein... Read more

**Saved**

**Note:** Wie kann man die wieder entfernen?

**Leaderboard**

Rank	Name	Score
1	Name 1	80
2	Name 2	73
3	Name 3	52
...		
10	Name 4	15
11	Bastian	14

In 20m turn left on Blasstreet.

# Prototyp



03.12.21



Team

The image displays a grid of 10 screenshots from a mobile application prototype, arranged in two rows of five. The top row shows screens related to location and user interaction, while the bottom row shows screens related to routes, navigation, and social features.

- Row 1:**
  - Welcome Screen:** Shows a lizard image, the text "Locally :)", and "Welcome back Bastian!". Below it, "Signing in..." is displayed.
  - Location Screen:** Shows a Moai statue with "5 Points" and an "Add to Route" button.
  - Location Screen:** Shows a couple at a dinner table with "1 Point" and an "Add to Route" button.
  - Location Screen:** Shows a shark in an aquarium with "1 Point" and an "Add to Route" button.
  - Route Overview Screen:** Shows a list of locations: Modrič Cave, Restaurant Bartol, and Moai Statues. Each item has a green button labeled "Ask a guide for Info" and a delete icon.
- Row 2:**
  - Saved Routes Screen:** Shows three saved routes: Route 1 (Modrič Cave, Restaurant Bartol, Moai Statues), Route 2 (Restoran-Bistro Biser, Plaža Pisak, Beach Bar Malaga), and Route 3 (Cafe-Bar Aqui Missmo, Playa Bajondillo, El Tapeo). Each route has a "START" button.
  - Map Navigation Screen:** Shows a map with a green path line and a blue arrow indicating direction. A callout bubble says "Turn left on Bingbungstreet in 600m".
  - Chat Screen:** Shows a conversation with user "Sven" about Moai statues.
  - Chat Screen:** Shows a list of users in the chat: Sven, Gisela, Charles, Wilfried, and Achim.
  - Leaderboard Screen:** Shows a leaderboard with 5 entries:
 

Rank	User	Points
1.	Marvin	190 Points
2.	Mira	100 Points
3.	Gisela	90 Points
4.	Achim	80 Points
5.	Bastian	79 Points

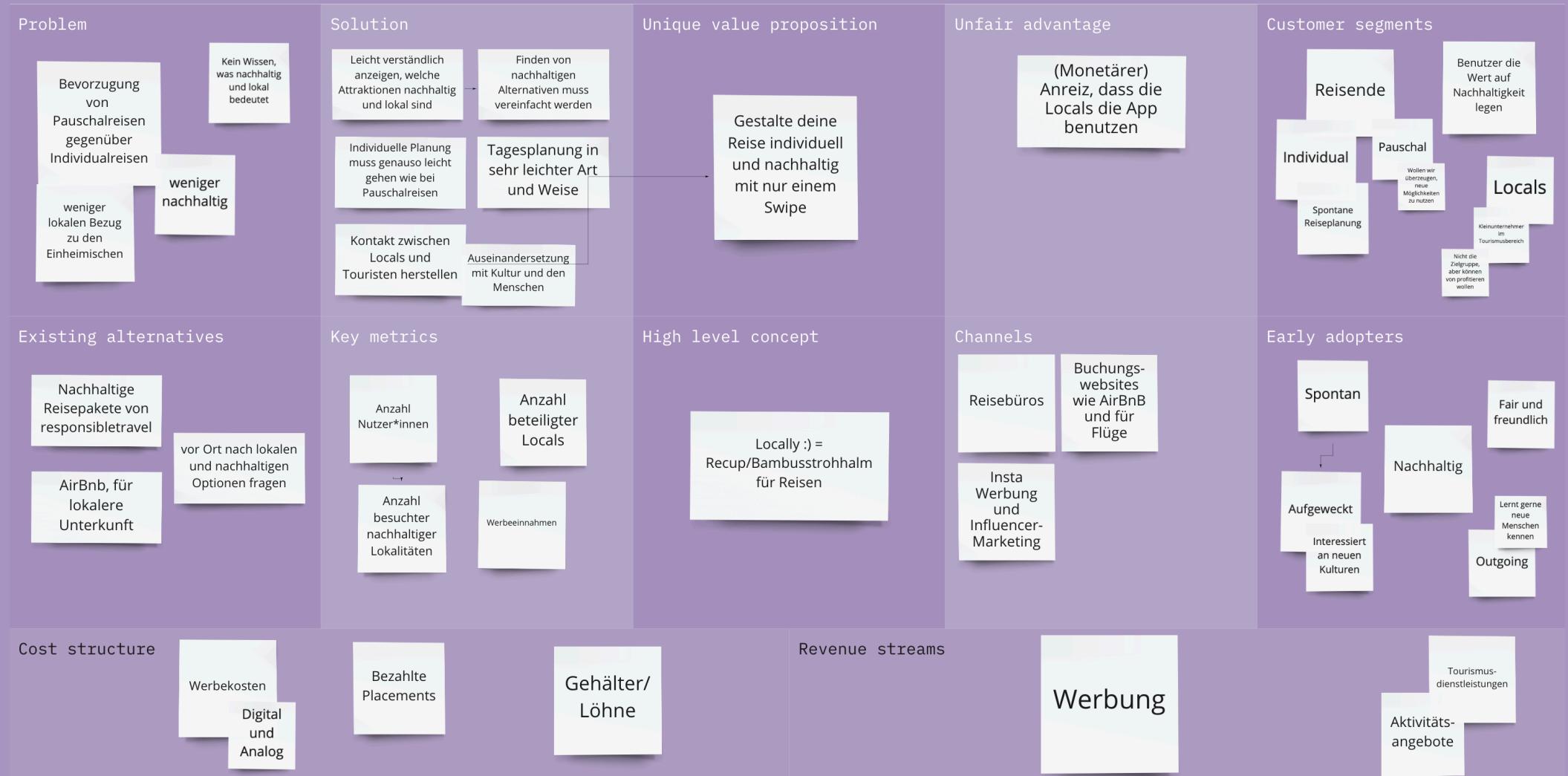
# Lean Canvas



03.12.21



Marvin, Niklas





### Unser Konzept umfasste folgende Aspekte:

- Der Reisende bucht seinen Flug/Anreise und seine Unterkunft weiterhin im Reisebüro.
- Wir stellen durch Einheimische die Attraktionen in unserer App anbieten Verbindung zwischen lokalen Hotelbesitzern und dem Reisebüro her.
- Der Reisende bucht das Hotel bei diesen Einheimischen, keine große Hotelkette.
- Der Reiseführer des Hotels / Tagesprogramm wird durch unsere App ersetzt. Reisender kann durch Anteil den er bei Reisebuchung bezahlt je nach späteren Modell unsere App / Funktionen von dieser kostenlos nutzen.

Das Konzept zielte vor allem darauf ab für die App Locally einen Kontakt zur Zielgruppe herzustellen und dem Reisebüro ein interessantes neues Geschäftsfeld zu bieten. Der Reisende sollte durch die Kooperation die Möglichkeit erhalten den Komfort einer Pauschalreise vollumfänglich, mit Tagesplanung, Unterkunft und Anreise bei einer Individualreise zu erhalten. Außerdem haben wir Frau Horstjann-Troll Fragen zu den Reisegewohnheiten ihrer Kunden gestellt um weitere Informationen zu sammeln..

### Folgende Ergebnisse konnten wir über das Reisebüro und die Kunden sammeln:

- Vor der Pandemie wurden 70% der Reisen pauschal gebucht. Momentan sind es 90%. Pauschalreisen bieten, da man den gesamten Betrag bei Reiseausfall zurückbekommt mehr Sicherheit als Individualreisen.
- Das Reisebüro bietet die Möglichkeit jede Airline und jede Unterkunft die man auch über das Internet buchen könnte für eine Individualreise zu buchen. Man kann sogar Touren vor Ort und Erlebnisse individuell dazu buchen.
- Viele Junge und Alte buchen im Reisebüro. Lediglich zwischen 35-55 Jahren hat das Reisebüro wenige Kunden.
- Die Kunden buchen gerade in Coronazeiten im Reisebüro um Zeit zu sparen, einen Ansprechpartner in Notsituationen zu haben und um bei den vielen Regelungen und Auflagen die Reisen zur Coronazeit mit sich bringen den Durchblick zu bewahren.
- Das Reisebüro in dem Frau Horstjann-Troll arbeitet ist relativ digital aufgestellt und auf Facebook und Instagram aktiv, sowie über die eigene Homepage erreichbar.

### Folgendes Feedback haben wir zu dem Konzept bekommen, dass wir als Kooperationsmöglichkeit mit dem Reisebüro ausgearbeitet hatten:

- Die Idee der App ist gut und hat viel Potential.
- Kleine von Einheimischen geführte Hotel haben jedoch nicht die Ausstattung die Reisende die auf eine Pauschalreise aus sind erwarten. Es fehlt der Wellnessbereich, Pool, Spa etc.
- Ein Pauschalreisender wird nicht auf solche Sachen verzichten wollen. Auch nicht wenn man ihm die Vorteile von nachhaltigem Reisen darlegt.
- Von einer kleinen Unterkunft wird sich nur jemand überzeugen lassen der sowieso auf eine solche Reise aus ist.
- Auch der Preis ist ausschlaggebend. 1 Woche All-Inclusive kostet je nach Ort nur 300-400€. Für einen solchen Preis kann man keinen Urlaub in einem von Einheimischen geführten Hotel mit Anreise buchen.
- Dennoch ist die eigentlich Idee unserer App gut, die Tagesplanung ist ein interessantes Thema.
- Kontakt zu Einheimischen herzustellen ist toll.
- Unsere App zur Tagesplanung können sowohl individuell, als auch Pauschalreisende nutzen.
- Auch auf Orte die nicht mit Touristen überlaufen sind aufmerksam zu machen ist gut, dafür muss man ansonsten selber lange suchen.
- Als Reisebüro muss man nicht unbedingt einen direkten Vorteil von der Kooperation haben. Ihr Reisebüro würde unsere App den Reisenden auch empfehlen ohne eine direkte Zusammenarbeit. Das begreift sie als guten Service für die eigenen Kunden.



## Testperson: Annette Wewers (w/54)

Die Testperson ist in ihrem Lebens bereits häufig verreist. Hierzu zählen auch viele Pauschalreisen, die sie unternommen hat. Sie hat Erfahrungen mit Touren des Hotels, wie aber auch dem Eigenständigen Planen ihres Tages. Sie hat durchaus Erfahrung im Umgang mit digitalen Medien und besitzt solide Englisch Kenntnisse.

### Durchführung:

- Man weiß nicht welche Attraktionen alle angeboten werden, die Swipe Ansicht verwirrt. Entscheidung bei einzelnen Attraktionen, ob diese interessant sind für die Route oder nicht fällt schwer, wenn man nicht alle Attraktionen sehen kann.
- Wissen darum, dass man seine Route nachher noch ändern kann und anpassen kann wäre auch zum Zeitpunkt der Swipe Ansicht schon schön.
- Nähere Informationen darüber warum die einzelnen Attraktionen nicht nachhaltig sind (also Erläuterungen, warum der Geko wie eingefärbt ist) wären wünschenswert.
- Durch die App mit Juan Martinez in Kontakt kommen zu können ist cool. Ansonsten hätte man zu solchen Personen wahrscheinlich keine Kontaktmöglichkeit.
- Sich die aktuellen Routen bei Lava Java schon ansehen zu können ist missverständlich. "Look at Routes" auszuwählen wirkt so, als wenn man Lava Java gar nicht mehr zur aktuellen Route hinzugefügt hätte.

### Fazit Swipe Ansicht:

- Als Vorsortierung in Ordnung. Wichtig ist vor allem diejenigen die man rausgeschmissen hat (No) auch wiederholen zu können. ggf. Swipe Ansicht nur als ein Feature, und weitere Möglichkeit eine Auswahl bei der man alle Attraktionen sehen kann.
- Swipe Ansicht wird dennoch als Problem und Stress empfunden. Man muss sich gegen etwas entscheiden, ohne überhaupt zu wissen was es noch für Möglichkeiten gibt. Vielleicht lieber eine andere Möglichkeit der Vorsortierung umsetzen, als über die Swipe Ansicht.  
Eine Vorsortierung Möglichkeit muss es aber, vor allem wenn viele Attraktionen angeboten werden, geben.

### Fazit Gecko:

Kennzeichen für Nachhaltigkeit sinnvoll. Wahrscheinlich hat die Farbe des Gekos aber nur eine geringe Auswirkung auf die Entscheidung für oder gegen eine Attraktion. Viel entscheidender ist das generelle Interesse an einer Attraktion.

-> Auf lokale Sehenswürdigkeiten die von Einheimischen geführt werden aufmerksam gemacht zu werden, wie Lava Java wird aber als positiv empfunden, da man ansonsten vielleicht gar nicht auf solche Sehenswürdigkeiten kommt!

### Vorgeschlagene Routen:

- Routen vorgeschlagen und zusammengebaut zu bekommen ist cool. Wenn es sich um eine geht Tagestour könnten dann Informationen wie "Du musst einen Rucksack mitnehmen" oder das automatische Einplanen einer Essensmöglichkeit dazu kommen.
- Zeitrahmen für die Route fehlt. Wäre wünschenswert das zu wissen wie lange man braucht!
- ggf. sollte man auch selber einen Zeitrahmen vorgeben können, wie lange man Zeit hat.

### Local Guide:

- Nähere Infos zur Attraktion wären wünschenswert (Brauche ich eine Jacke? Was muss ich mitnehmen?)
  - weitere Empfehlungen wären wünschenswert (Wenn du diese Attraktion gut findest, dann könnte dir auch diese gefallen)
  - Nähere Infos zu den Sehenswürdigkeiten von dem Local Guide zu bekommen ist aber auch cool.
- Wärst du bereit für so einen Local Guide ein wenig Geld zu bezahlen?  
Ja auf jeden Fall, dass wäre ich! Ein Einheimischer ist immer gut für sowas. Außerdem hat der einen ganz anderen Blick auf die Sachen als ein Guide von einem Hotel.

-Möglichkeit Route hinzuzufügen zu den eigenen Routen (Add to my Routes) wird nicht als solche erkannt.

- Der Plus Button um eine weitere Sehenswürdigkeit zu einer vorgeschlagenen Route hinzuzufügen wird nicht als solcher erkannt. Man könnte sich auch vorstellen, dass der Button bedeutet, das man eine weitere Route hinzufügen kann, anstatt wie eigentlich gedacht eine Sehenswürdigkeit.

### **Leaderboard:**

- Man könnte zusätzlich Punkte für die Anzahl der Sehenswürdigkeiten bekommen, die man besucht.
  - Man kann darauf kommen, dass es Punkte je nach Nachhaltigkeit der Sehenswürdigkeit gibt. Die Punkteanzeige wurde aber bei den vorgeschlagenen Routen ganz vergessen und müsste noch eingefügt werden.
  - Man könnte ggf. auch noch Punkte dadurch bekommen, dass man Kontakt zu Einheimischen herstellt.
  - Punkte je nach Nachhaltigkeit zu bekommen ist eine gute Idee um nachhaltige Attraktionen noch mehr zu unterstützen.
  - Die Weltkugel als Button um das Leaderboard an und wieder auszustellen funktioniert nach einer kurzen Erklärung worum es sich dabei handelt.
- 
- Möglichkeit durch Route zu navigieren ist gut.
  - Allgemein wird die Navigation über die Bottom Bar und den Zurück Knopf oben links als gut und intuitiv empfunden.

### **Ist das eine Art und Weise, wie du dir vorstellen könntest deinen Tag zu planen?**

- Ja auf jeden Fall! Ich kann mir das schöner vorstellen, als nur etwas zu machen was alle Touristen wollen und was total überlaufen ist. Man sieht durch die App ganz andere Sachen.
- Empfehlungen für andere Sehenswürdigkeiten aufgrund von bereits besuchten Sehenswürdigkeiten wäre trz. noch gut.

### **Würdest du diese Planung der Planung eines Hotels vorziehen?**

- Ja, weil das alles aus ganz verschiedenen Gründen gemacht wird. Das Hotel bietet nur Sachen an um Geld zu verdienen. Die Einheimischen gehen mit mehr Liebe an die Sachen dran.

### **Inwiefern würde dir der Besuch von Juan Martinez café ein besseres Verständnis für die Einheimischen bringen?**

- Dadurch dass man die Einheimischen kennen lernt und mit denen persönlich redet kommt man wahrscheinlich über verschiedene Themen in Kontakt und entwickelt auch ein Gefühl für die Situation der Einheimischen.
- Man muss jedoch aufpassen, dass das Persönliche nicht verloren geht und aus kleinen Einheimischen Läden nicht auch irgendwann groß und professionell vermarktete Attraktionen werden.

## **Zusammenfassung:**

Die Swipe Ansicht wird in der aktuellen Form eher als negativ/ störend empfunden. Sie bietet nicht die gewünschte Übersicht. Eine Möglichkeit Sehenswürdigkeiten vorzusortieren wäre jedoch nützlich.

Die grundsätzliche Idee mit Einheimischen in Kontakt zu kommen wird als sehr positiv und als sehr interessant empfunden. Auch die Idee des Local Guides wird gut aufgenommen und sogar um Aspekte, wie die Empfehlung anderer Sehenswürdigkeiten erweitert. Die Bereitschaft für einen solchen Local Guide einen kleinen Betrag zu zahlen besteht auf jeden Fall.

Die Einstufierung der Sehenswürdigkeiten nach dem Aspekt Nachhaltigkeit etc. wird als positiv wahrgenommen, ist jedoch auch in Verbindung mit dem Leaderboard noch nicht eindeutig genug, als dass sie wirklich ausschlaggebend für die Entscheidung bei der geplanten Route ist. Dennoch wird das Leaderboard als hilfreich wahrgenommen.

Routen automatisch zusammengestellt zu bekommen wird als nützlich empfunden, es fehlt jedoch noch ein zeitlicher Rahmen für die geplanten Route der entweder angegeben wird oder den man selber einstellen kann.

Bei der Usability gibt es noch manche Probleme, Buttons sind nicht selbsterklärend oder werden missverstanden.

Die grundsätzliche Idee der App gerade im Gegensatz zu dem Tagesprogramm eines großen Hotels wird als sehr positiv wahrgenommen.

Auch, dass einem durch die App die Lebensweise von Einheimischen näher gebracht werden kann wird als sehr wahrscheinlich eingeschätzt.

Sicherheit der Pauschalreise, wie ein Ansprechpartner in Notsituationen (Autopanne etc.) wird von den Nutzern gewünscht.



## Interview mit Karin Berg (w/80)

Die Testperson passt gut in unsere Zielgruppe, da sie schon sehr viel gereist ist und immer auf der Suche nach Abenteuern und neuen Erlebnissen ist.

Vorab habe ich ihr etwas zu unserem Modul und unserem Konzept erklärt.

Bevor sie sich den Prototypen angeguckt hat, habe ich auch einmal erläutert, dass das keine voll funktionstüchtige App, sondern nur ein Prototyp ist.

Am Prototypen habe ich dann einmal erläutert, was es allgemein für Funktionen gibt, ohne irgendetwas konkret zu zeigen. Diese Funktionen hat sie auch gut aufgenommen und verstanden.

### Swipe Ansicht

Nun habe ich ihr kleine Aufgaben gestellt, wie zum Beispiel eine Attraktion zu speichern, oder sie zur Tagesroute hinzuzufügen. Hierbei kamen einige Probleme auf:

- Das erste Problem war die Sprache. Leider hat die Testperson keinen guten Englisch Kenntnisse, weshalb ich ihr alles einmal mündlich übersetzen musste. Da das natürlich sehr viel auf einmal war, hat sie vieles schnell wieder vergessen und war bereits auf dem ersten Screen sehr überfordert.
- Durch die Sprachbarriere, war ein richtiger Prototypentest kaum durchführbar

- Auch nach einigen Tipps hat die Testperson den Gecko, der die Nachhaltigkeit anzeigen nicht gefunden. Das lag zum einen an der Größe, aber auch daran, dass es kein realer Gecko war, sondern ein abstraktes Icon. Das hat sie einfach nicht als Tier identifizieren können.

- Die gespeicherten Attraktionen hat sie auch nach vielen Tipps nicht gefunden
- Das Lesezeichen-Symbol konnte niemand aus meiner Familie mit "speichern" assoziieren

- Der Zurück-Pfeil in der oberen linken Ecke hat sie auch nicht gefunden und war ihr auch nicht aus anderen Apps bekannt, da sie ihr Handy nur für Whatsapp und zum Telefonieren benutzt

- Als sie im späteren Verlauf noch einmal auf die Swipe-Ansicht zurückkehren sollte, hat sie den Button dafür nicht gefunden
- Auch als ich ihr den Button gezeigt habe hat sie nicht erkannt, dass das mit der ersten Funktion zusammenhängt. Zum einen lag das daran, dass man im Prototyp nicht wischt, sondern Buttons antippt und zum Anderen, dass sie nicht erkannt hat, was die Abbildung darstellen soll

### Routen

- Das Symbol um die Routen-Vorschläge anzusehen hat sie zwar sofort gefunden, jedoch hat sie nicht erkannt, dass man nach unten wischen muss um sich diese anzusehen
- Auch hier musste ich ihr erklären, wie sowas funktioniert
- Bei den gespeicherten Routen hat sie nach einer schnellen Übersetzung erkannt, dass ihr die App verschiedene Routen vorschlägt
- Auch das genauer Routen angucken hat relativ schnell funktioniert
- Der "Ask a Guide for Info"-Button war auch einfach verständlich
- Der "Route speichern"-Button wurde nach kurzem Überlegen auch gefunden
- Der Wechsel zur Routen-Ansicht fiel erstaunlich leicht
- Das Starten von Routen und die Navigations-Ansicht waren auch sehr leicht verständlich

### Chat

Da die Testperson Whatsapp kennt, hat sie sich in der Chat-Ansicht gut zurechtgefunden

### Kurze Rückmeldung zum Prototypen:

"Wer Ahnung von Handys hat der guckt da bestimmt drauf und weiß, was er drücken muss und die Sprachkenntnisse waren eine große Hürde"

### Ist das eine Art und Weise wie du dir vorstellen kannst deinen Tag zu planen?

Bei meinen Fehlern glaube ich das nicht. Ich bin bei dem Test ja nicht so wirklich klar gekommen. Da spreche ich dann lieber vor Ort mit der Reiseführerin.

### Würdest du eine Reiseführerin generell einer individuellen Tagesplanung vorziehen?

Wenn ich mich eingearbeitet hätte käme ich ja wahrscheinlich besser damit klar. Dann würde ich das auch so besser finden, wenn ich das selber machen könnte. Ich müsste mich da aber erstmal ne Weile zu Hause mit beschäftigen.

Und ich glaube ich würde das auch lieber zu Hause vorbereiten, damit ich ne Planung habe, wenn ich da ankomme.

## Inwiefern würde dir der Besuch von Juan Martinez café ein besseres Verständnis für die Einheimischen bringen?

Also ich würde das gegenüber von irgendeinem großen Schuppen definitiv bevorzugen.

Ich finde das echt schön, wenn man mal einen Einblick bekommt, was das für Leute sind und wie die Leben.

Darum finde ich die Idee auch echt gut. Eine App bringt die wahrscheinlich Sachen, auf die du alleine nicht gekommen wärst. Wenn das groß organisiert ist steuern die so kleine Lokale ja überhaupt nicht an. Das können die wahrscheinlich auch garnicht, wenn da ein Reisetrupp mit 40 Leuten ankommt werden die ja übergerannt.

Aber ich müsste mich damit echt mal intensiv beschäftigen, damit ich so ne App verstehre.

## Erkenntnisse

Der Prototyp war sehr schwer verständlich, da die Testperson leider kein Englisch versteht. So war das Interview von Beginn an zum Scheitern verurteilt. Da das Ergebnis dadurch verfälscht wurde, habe ich einen weiteren Prototypentest durchgeführt.

Trotzdem konnte ich herausfinden, dass es für eine Person, die sich nicht mit Handys auskennt quasi unmöglich ist unsere App zu benutzen. Nicht nur weil Dinge, wie das Tinder-Prinzip nicht bekannt waren, sondern auch "selbstverständliche" Dinge, wie ein Zurück-Pfeil in der oberen linken Ecke nicht bekannt waren.

Obwohl ich die Testperson schon lange kenne, hätte ich nicht erwartet, dass die Benutzeroberfläche so anspruchsvoll ist. Da Apps wie Whatsapp ihr bekannt sind, hatte ich erwartet, dass ein kleines Grundverständnis vorhanden und übertragbar wären.

## Interview mit Tanja Pautz (w/48)

Die Testperson passt gut in unsere Zielgruppe, da sie die Tochter der vorherigen Testperson ist und dementsprechend schon sehr viel gereist ist. Sie liebt es neue Kulturen und Umgebungen kennenzulernen und verfügt über gute Englisch-Kenntnisse. Sie kann zudem relativ gut mit einem Handy umgehen und hat etwas mehr Erfahrungen mit Technik, als ihre Mutter.

Vorab habe ich ihr etwas zu unserem Modul und unserem Konzept erklärt.

Bevor sie sich den Prototypen angeguckt hat, habe ich auch einmal erläutert, dass das keine voll funktionstüchtige App, sondern nur ein Prototyp ist.

Am Prototypen habe ich dann einmal erläutert, was es allgemein für Funktionen gibt, ohne irgendetwas konkret zu zeigen. Diese Funktionen hat sie auch gut aufgenommen und verstanden.

### Swipe Ansicht

- Der Nachhaltigkeits-Gecko wurde nicht sofort gefunden.
- Bei der Frage, wie nachhaltig die abgebildete Attraktion sei, hat die Testperson erst versucht auf das Bild zu tippen, um so vielleicht an mehr Informationen zu gelangen
- Erst nach einem kleinen Tipp wurde der Gecko gefunden.
- Als der Gecko gefunden wurde, hat die Testperson sofort verstanden, was dieser anzeigt und auch die Erklärung dazu gefunden
- Der Begriff des Impacts war allerdings noch nicht komplett klar. Was gehört zu dem Wort Nachhaltigkeit dazu?
- Die "Swipe"-Funktionen (Add to Route, No, Save) wurden alle sofort verstanden. Ich musste nicht weiter ausführen, was die einzelnen Buttons machen.
- Die gespeicherten Attraktionen wurden nicht sofort gefunden. Die erste Idee der Testperson war es auf "Look at Routes" zu tippen.
- Nach einer kleinen Erklärung, was der Unterschied zwischen den Routen und den Attraktionen ist und einem Tipp, wie gespeicherte Sachen meistens dargestellt werden, wurde der Button gefunden
- Der Screen wurde auch sofort verstanden (was bedeuten mülltonne und plus? wie komme ich wieder auf die vorherige Ansicht zurück?)

## Routen

- Der "Look at Routes"-Button wurde zwar sofort gefunden, allerdings wurde nicht klar, dass man nach unten scrollen muss um die Routen anzugucken. Nach einem kleinen Tipp wurde die Funktion aber sofort verstanden.
- Die Routen-Vorschläge wurden direkt verstanden
- Bei der Edit-Ansicht war nur unklar, was die zwei horizontalen Striche neben den einzelnen Attraktionen bedeuten. Die Funktion Elemente zu verschieben konnte die Testperson nicht.
- Das Wechseln auf die Routen-Ansicht verlief problemlos
- Das Starten der Route und die Navigations-Ansicht waren auch sehr einfach verständlich

## Chat

- Sowohl das "Ask a Guide"-Feature, als auch die Chat-Ansicht wurden sofort verstanden.

## Ist das eine Art und Weise wie du dir vorstellen kannst deinen Tag zu planen?

Ja. Dann bekomme ich ja Infos, was es überhaupt in der Gegend gibt, sodass ich mich entscheiden kann, ob das überhaupt was für mich wäre.  
Wenn ich mich in der Umgebung nicht auskenne, bin ich ja auf Vorschläge angewiesen und die kann ich ja über sowas gut bekommen. Und dann kann ich ja bestimmt auch nachfragen, wie ich da am besten hinkomme, wenn ich mit so einem Guide schreibe.

Und die Freiheit, dass ich auf dem Weg noch schnell in einem kleinen Restaurant was essen kann find ich wichtig.

## Würdest du diese Planung der Planung eines Hotels vorziehen?

Also ich ja. Ich kann mir das dann ja auch zeit. ich besser einteilen, oder einfach sagen mir reicht das für heute und gehe nach hause.

## Inwiefern würde dir der Besuch von Juan Martinez café ein besseres Verständnis für die Einheimischen bringen?

Das war ja das Vorgeschlagene Café richtig? Ja klar! Also ich möchte ja auch was über die Leute und wie die leben kennenlernen. Dafür ist das ja besser, als in Tourie-Hochburgen, wo dann doch alles sehr Europäisch oder Deutsch ist, damit der Tourist sich wohlfühlt.

Abgesehen davon, dass mir der Mut fehlen würde in so exotisch Länder zu reisen. Also ich würde das super finden, wenn es das für Orte gibt, an denen Carsten und ich immer Urlaub machen (Mitteleuropa - Deutschland, Österreich, Norditalien etc). Wenn ich darüber neue Ideen kriegen würde sag ich sofort ja!

Aber wenn ich in einem so exotischen Land bin würde ich mich doch eher auf eine deutsche Reiseführung verlassen. Sonst hätte ich Angst da verloren zu gehen oder etwas gravierend falsch zu machen.

## Zusammenfassung

Einige Funktionen, die für Jugendliche vielleicht komplett verständlich sind, hatte die Testperson zuvor noch nie gesehen. Dazu gehörten zum Beispiel die Möglichkeit Elemente zu verschieben oder Wischgesten, um Inhalte freizulegen. Diese Funktionen wurden allerdings sofort verstanden und ohne Probleme umgesetzt.

Die restlichen Aufgaben wurden sehr schnell gelöst. Die Testperson konnte jeden Screen korrekt erklären.

Bei der Frage, ob eine solche Anwendung ansprechend ist und vielleicht auch genutzt werden würde, traf ich auf Zustimmung. Zunächst wurden Zweifel geäußert, ob man in super exotischen Ländern sicher damit rechnen kann, dass keine Komplikationen auftreten. Zudem reist die Testperson nur im Europäischen Raum.

Dies ist allerdings kein Problem, da unsere App eh nur für den Mittel und Osteuropäischen Raum vorgesehen ist.



### Testperson: Marvins Mutter (w/56)

Die Testperson passte in die Zielgruppe aufgrund ihrer langjährigen Reise-Erfahrungen. Die Testperson hat bisher primär Pauschalreisen gebucht, wenn der Urlaubsort weiter entfernt war. Für kurzfristige oder nahe Reiseziele wurde oft auch spontan und individuell geschaut, welche Möglichkeiten es vor Ort gibt. Für die Testperson spielt Nachhaltigkeit und ein gewisser Standard eine große Rolle und sie möchte nicht nur die "Standard"-Optionen gezeigt bekommen, sondern etwas, was nicht jeder kennt oder macht. Die Testperson hat noch nicht viel Erfahrung mit der englischen Sprache, dafür aber Erfahrung mit digitalen Medien.

#### Durchführung

- Es war von dem Interviewer nicht genau erwähnt worden, dass man sich die Befragte schon in dem Urlaubsort befinden kann, um den Tag zu planen. So war es doch verwirrend, wenn man die vermeintlich zufälligen Sehenswürdigkeiten findet.
- Ein konkreter Urlaubsort mit genauen und realen Orten wäre verständlicher gewesen
- Für den Prototypen wurde ein konkreter Workflow vorgesehen und dadurch waren nicht überall alle Buttons mit Funktion versehen, dies hat für Verwirrung gesorgt.
- Es hat eine Weile gedauert, bis verstanden wurde, welche Buttons benutzbare waren (Es wurde darauf hingewiesen). Dies hat natürlich die User Experience gestört, konnte aber nicht anderweitig umgesetzt werden.

#### Swipe

- Die englische Sprache war hinderlich, die App intuitiv zu bedienen und zu verstehen
- Die Schrift war zu klein. Besonders bei den Texten zu den Sehenswürdigkeiten und bei den Hinweisen
- Das Gecko-Icon wurde nicht gefunden. Zu klein und keine vorherige Erklärung, was dies bedeutet.

#### Routenvorschlag 1

- Der Hinweis, wenn "zu einer Route hinzugefügt" wurde, war nicht als Hinweis sichtbar und es war nicht erkennbar, was man als nächstes machen kann. Hier wäre eine automatische Weiterleitung zu der Routenliste möglich.

#### Leaderboard

Es war nicht ersichtlich, wofür das Leaderboard da war und wie die Punkte zusammenkommen

#### Chat

Die Information von Sven war hilfreich, es muss aber nicht wirklich in Form eines Chats sein. Die Information alleine hat gereicht.

#### Navigation

Sieht gut aus und als sinnvoll erachtet.

#### Ist das eine Art und Weise, wie du dir vorstellen könntest deinen Tag zu planen?

Ja, es bietet doch eine große Freiheit und entspannte Planung von überall.

#### Würdest du diese Planung der Planung eines Hotels vorziehen?

Da Hotels immer für jeden Besucher die gleichen Vorschläge bereithält, bietet mit die App doch eine uneingeschränkte Auswahl und ich kann mir wirklich nach meinen eigenen Interessen eine Route zusammenstellen.

#### Inwiefern würde dir der Besuch von Juan Martinez Café ein besseres Verständnis für die Einheimischen bringen?

Ich finde es sehr gut, dass man Informationen erhält, die man sonst nicht bekommt oder erfragt. Wenn man schon vorher erfährt, dass das Café von einem Einheimischen geführt wird, tritt man viel eher in Kontakt.

Wo ich eine Pizza essen gehen kann, finde ich auch so raus. Ich möchte besondere Informationen bekommen, möchte wissen, was diesen Ort ausmacht.

#### Fazit

Die App wurde allgemein als zu unübersichtlich und mit zu vielen Funktionalitäten empfunden. Der Sinn der App wurde nicht richtig klar. "Wo will ich hin? Was ist das Ziel in der App?" Ein einfacherer und verständlicher Flow hätte diese Gedanken verhindert. Es gab einige Aspekte, die verbessert werden müssen. Das Leaderboard und die Chat-Funktion wurden als nicht sinnvoll befunden, die automatisch generierten Vorschläge und die Navigation waren hilfreich. Sehr hilfreich sind die Hintergrundinformationen über die Sehenswürdigkeiten, die man sonst nicht bekommt.

# Testperson: Marvins Vater (m/58)

Die Testperson passte in die Zielgruppe aufgrund ihrer langjährigen Reise-Erfahrungen. Die Testperson hat bisher primär Pauschalreisen gebucht, wenn der Urlaubsort weiter entfernt war. Für kurzfristige oder nahe Reiseziele wurde oft auch spontan und individuell geschaut, welche Möglichkeiten es vor Ort gibt. Die Testperson hat die Reiseplanung lieber abgegeben und sich lieber vor Ort um verschiedene Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten gekümmert. Für die Testperson spielen Kosten und Entspannung eine wichtige Rolle. Die Testperson ist der englischen Sprache mächtig und hat Erfahrung mit digitalen Medien.

## Durchführung

Hier wurde vorher erwähnt, dass man sich schon im Urlaubsort befinden kann, wenn man die App nutzt. So gab es zumindest nicht die Verwirrung wie bei dem vorherigen Test.

Die Texte waren ebenfalls zu klein

Das die Buttons keine Funktionen hatten, hat den App-Fluss verhindert  
Swipe

Ein hilfreicher Filter wäre es, nur "grüne Geckos", also nur nachhaltige Optionen angezeigt zu bekommen

## Vorgeschlagene Routen

Das Herunterziehen zu den vorgeschlagenen Routen wurde nicht als solches erkannt. Das kleine Swipe-Icon hat als Signifier nicht ausgereicht.

Die vorgeschlagenen Routen wurden als sehr gut befunden. Ein Hinweis, in welche Kategorie die Route fällt, z.B. Kulinarisch oder Sportlich, wäre hilfreich, da man ja keine Lust hat, alle vorgeschlagenen Routen durchzusehen.

Ggf. wäre auch nur eine vorgeschlagene Route besser, die man dann anpassen kann, sodass die erste Hürde des Zusammenstellens überwunden wird

## Chat

Antworten von Einheimischen sind sinnvoll, als Chat aber eher nicht gewünscht

## Leaderboard

Es war nicht ersichtlich, wofür das Leaderboard sein soll und wie die Punkte zustandekommen

Es ist völlig irrelevant, wer wo wie viele Punkte hat

## Ist das eine Art und Weise, wie du dir vorstellen könntest deinen Tag zu planen?

Ja, wenn die App auch kostenfrei ist.

## Würdest du diese Planung der Planung eines Hotels vorziehen?

Hotels haben oft Sachen, die man immer schon gemacht hat. Eine App zeigt mehr Optionen

## Inwiefern würde dir der Besuch von Juan Martinez café ein besseres Verständnis für die Einheimischen bringen?

Es ist eine schöne Information, wenn man weiß, dass das Café von einem Einheimischen und nicht von einer Kette geführt wird. So ist es viel familiärer und man kommt eher in Kontakt. Vor allem, wenn man schon etwas über den Einheimischen erfährt.

## Zusammenfassung

Das Leaderboard wurde von beiden als sinnlos erachtet. Es ist für die eigene Motivation sinnvoll, wenn man die Bestätigung bekommt, nachhaltig zu reisen, aber dies muss nicht in Form von Punkten geschehen. Außerdem ist es uninteressant, wie andere reisen.

Die Chat-Funktion war ebenfalls sinnlos, es war viel interessanter Infos über die Einheimischen oder deren Interessen zu bekommen. Dies fördert die Kontaktaufnahme, sowie den Bezug zu der lokalen Lebensweise.

Die vorgeschlagenen Routen waren hilfreich, es könnte aber auch nur eine einzige sein, die man bearbeiten kann.

Die App ist zu unübersichtlich, es gibt viel zu viele Funktionen und der Sinn hinter diesen, sowie der Gesamtzweck der App war nicht klar. Es fehlte an Erklärungen, wie man die App zu benutzen hat.



## Testperson: Angela Kühle

Bei der Testperson handelt es sich um einerseits eine Mutter, die viel alleine und auch mit ihrer Familie reist, und andererseits um eine selbstständige Reisemittlerin, die daher auch in diese Richtung Ihren Input zu dem Projekt geben konnte.

### Durchführung

Vor dem eigentlichen Prototypentest wurde zunächst das Modul und die dazugehörige Semesteraufgabe allgemein und kurz erklärt.

Der Testperson wurde anschließend der Prototyp über das Online-Tool Zoom vorgelegt und erklärt, dass es sich bei dem Prototypen um noch keine voll funktionsfähige App handelt. Die Durchführung lief wie folgt ab, dass die Testperson mündlich beschrieben hat, was sie im Prototypen tun wird, woraufhin der Testleiter den Prototypen wie beschrieben durchgeklickt hat.

### Swipe-Feature

Bei der Swipe-Funktion wurde sich zu Beginn gefragt, worin der genaue Unterschied zwischen hochwischen bzw. "Add to Route" und nach recht wischen bzw. "Save" liegt und ob beim hochwischen auch das Item gespeichert wird. Die Testperson konnte schnell die Filter-Funktion und die Merkliste erkennen und die Benutzung verstehen.

Nicht ganz offensichtlich war der Gecko und daher die Impact-Info für ein bestimmtes Item, aber nach Hinweis auf diesen wurde das Feature sehr gut aufgenommen.

### Routen-Feature

Zu dem Routen-Feature konnte die Testperson sehr schnell finden. Die einzelnen Routen konnten als solche identifiziert werden, doch war es noch unklar wie genau die Routen zusammengesetzt werden, oder wie sie noch bearbeitet und daher verändert oder gelöscht werden könnten.

Der Start-Button war verständlich und die nachfolgenden Karten-/Drive-Ansicht ebenfalls. Gewünscht wurde sich an dieser Stelle eine Info in Richtung verbleibender Dauer, Ankunftszeit, etc..

### Leaderboard

Das Leaderboard wurde von der Testperson nicht als solches erkannt, sondern als eine Art Bewertungsseite, wo die Anbieter mit den besten Bewertungen eingetragen sind. Nach einer Erklärung zu der dahinterstehenden Idee fand die Testperson die Idee dennoch cool und eine gute Idee.

### Chat-Feature

Die Chat-Funktion die Testperson vor keine großen Probleme, da diese mit anderen Messaging-Diensten vertraut war. Allerdings war es nicht eindeutig mit wem geschrieben wird (andere Reisende, Einheimische) oder wie jemand neues angeschrieben werden konnte.

Das Feature wurde von der Testperson als sehr nützlich empfunden, um mit anderen Reisenden oder Einheimischen in Kontakt zu treten.

### Ist das eine Art und Weise, wie du dir vorstellen könntest deinen Tag zu planen?

Ja, die Testperson selbst reist gerne individuell und fand gut, dass sie mit dieser Anwendung alle Informationen an einem Ort haben kann.

Sie hat die Anwendung auch verglichen mit bereits existierenden Anbietern wie "GetYourGuide" oder "Musement" und würde sich z.B. auch noch den Ticketkauf, wie z.B. bei "GetYourGuide" wünschen.

### Würdest du diese Planung der Planung eines Hotels vorziehen?

Ja, die Testperson würde die Planung mit der App vorziehen. Die Testperson glaubt auch daran, dass diese Art der individuellen Planung sehr zukunftsorientiert ist, und dabei ist die Pauschalreise abzulösen.

## Zusammenfassung

Der Prototyp wurde von der Testperson größtenteils gut aufgenommen und es konnten die meisten Features so erkannt und akzeptiert werden, wie diese vom Team erdacht wurden. Die Testperson unterstützte die Hypothesen und Idee hinter der Anwendung und glaubt daran, dass diese in der Zukunft gut angenommen werden könnte. Besonders gut gefallen hat der Testperson, die Übersichtlichkeit und dass durch die Anwendung alle Informationen an einem Ort zu finden sind und nicht über mehrere Seiten durchgeklickt werden muss.

# Arbeitsaufwand

Datum	Personenst.	Wer?	Was?	Methode				
05.10.2021	12	Alle	User Research	User Journey	03.12.2021	3	Micha, Mira	Prototyp finalisiert
05.10.2021	0,5	Micha, Marvin	User Research	6W	06.12.2021	2	Micha, Mira	Konzept für Reisebüro
12.10.2021	12	Alle	Problemfindung	Stakeholder	07.12.2021	0,5	Micha	"Unsere Idee auf 1 Seite" Dokument verfasst
16.10.2021	20	Alle	Ausarbeiten der Idee	Brainstorming, Treppe d. Abstrak., Mapping, HMW	10.12.2021	7,5	Micha, Mira, Marvin	Konsultationsmeeting zum Reisebüro-Konzept, Portfolio erweitert
17.10.2021	20	Alle	Ausarbeiten der Idee	Brainstorming, Crazy Eight, Stille Galerie	18.12.2021	2	Micha, Mira	Interview mit einer Mitarbeiterin des Reisebüros
21.10.2021	8	Alle	Zwischenpräsi		24.12.2021	0,5	Micha	Interview mit GHJT aufgeschrieben
26.10.2021	18	Micha, Marvin, Mira	Zwischenpräsi		25.12.2021	1,5	Mira	Interview/Prototypentest mit omi und mami
26.10.2021	2,5	Mira	App Prototyp	Mom-Test	26.12.2021	1,5	Micha	Interview/Prototypentest mit Elternteil
27.10.2021	1,5	Micha	Interview, Abgabedokument		26.12.2021	3	Mira	Interviews zusammengefasst
27.10.2021	5	Micha, Mira	Zwischenpräsi und Abgabedokument		27.12.2021	2	Marvin	Interview/Prototypentest mit Eltern und Zusammenfassung
10.11.2021	8	Alle	Feedback Evaluation	Empathy Map	28.12.2021	0,5	Niklas	Interview/Prototypentest mit selbstständiger Reisevermittlerin Angela
10.11.2021	0,5	Marvin	Punkte aus der Challenge 4 in die Portfoliosammlung übertragen und gekürzt		28.12.2021	8	Alle	Zusammenfassen der Interviews/ Prototypentest und Organisatorisches
11.11.2021	0,75	Micha	Empathy Map um Text ergänzt	Empathy Map	28.12.2021	0,5	Micha	Organisatorisches und Nachbereitung
11.11.2021	0,75	Micha	Erweiterung Abschnitt Lösung Portfoliosammlung		30.12.2021	1	Niklas	Auswertung Interview/Prototypentest
16.11.2021	7,5	Micha, Mira, Niklas	Neue innovative Ideen für Lösung	Synektik	31.12.2021	2	Marvin	Recherche für Layout / InDesign Doc anlegen und Mockup zeichnen
18.11.2021	1,75	Mira	Vorbereitung, Interview, Aufschreiben		03.01.2022	1	Micha	Gesamtfazit des Prototypentest schreiben.
26.11.2021	5,25	Micha, Marvin, Mira	Erweiterung des Portfolios, Diskussion über Synektik		04.01.2022	2	Micha	Orga und Verbesserung des Portfolios (Text)
27.11.2021	22	Alle	Kernidee entweder mit Lego gebaut oder gescribbelt und danach festgehalten	Lego, Brainstorming, Storyboarding	05.01.2022	0,5	Marvin	Layout weiter bearbeitet
28.11.2021	15	Micha, Marvin, Mira	Wichtigste Annahme über das Produkt und Prototyping	Validation Board, Prototyping	06.01.2022	0,5	Micha	Recherche und Fragen für Konsultationstermin 07.01
28.11.2021	0,75	Mira	Teile des Prototypen abgeschlossen		06.01.2022	0,5	Marvin	Recherche zur Abgabe und Fragen formuliert
30.11.2021	0,5	Micha	Leaderboard Seite		16.01.2022	1	Marvin	Recherche und Fragen für Konsultationstermin 07.01
01.12.2021	0,5	Micha	Zusammenfügen des Prototypen		17.01.2022	0,75	Marvin, Micha, Mira	Layout Design auf A4 quer neu gemacht und Schriftarten
02.12.2021	1	Marvin	Zusammenfügen des Prototypen		19.01.2022	6	Alle	Gruppenmeeting: Layout und Vorgehensweise fürs Portfolio
03.12.2021	4,5	Alle	Konsultationsmeeting und Aufgabenverteilung		20.02.2022	0,5	Micha	Organisation Portfolio
03.12.2021	0,5	Marvin	Business Model Canvas angefangen und FAQ zusammengefasst		21.01.2022	11	Alle	Besprechung und Einteilung weiterer Aufgabe für das Portfolio
					22.01.2022	3,5	Micha	Organisation & Arbeit am Portfolio
					23.01.2022	2	Micha	Arbeit am Portfolio
					26.01.2022	0,5	Micha	Arbeit am Portfolio
					24.01.2022	2	Marvin	Arbeit am Portfolio
					25.01.2022	2	Marvin	Arbeit am Portfolio
					27.01.2022	2	Marvin	Arbeit am Portfolio
					27.01.2022	2	Mira	Arbeit am Portfolio und an Texten
					28.01.2022	4	Mira	Colloqeco Design
					28.01.2022	2	Marvin	Einleitung formulieren
					28.01.2022	2	Micha	How Might We Portfolio
					29.01.2022	4	Marvin	Prototypentests Portfolio
					29.01.2022	8	Niklas	Arbeit am Portfolio
					29.01.2022	7	Micha	Arbeit am Portfolio
					30.01.2022	0,5	Marvin	Photoshop Icons
					30.01.2022	3	Marvin	Arbeit am Portfolio
					30.01.2022	5	Micha	Arbeit am Portfolio
					30.01.2022	4	Niklas	Arbeit am Portfolio
					30.01.2022	6	Mira	Arbeit am Portfolio
					30.01.2022	2,5	Mira	Colloqeco Design
					31.01.2022	7	Marvin	Arbeit am Portfolio
					31.01.2022	3	Niklas	Arbeit am Portfolio
					01.02.2022	7	Marvin	Arbeit am Portfolio
					01.02.2022	1,5	Micha	Arbeit am Portfolio
					<b>Gesamt:</b> 318,5			

# Quellen

## **VORWORT S.3:**

<https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>

## **PERSONAE S.8:**

Bastian: [https://unsplash.com/photos/pAtA8xe\\_iVM](https://unsplash.com/photos/pAtA8xe_iVM)  
Daisy: <https://unsplash.com/photos/TSZo17r3m0s>  
Ulrike: <https://unsplash.com/photos/n1B6ftPB5Eg>  
Familie: <https://unsplash.com/photos/UpVbQxDG03I>  
Bank: <https://unsplash.com/photos/80dBf0hqpy4>  
Paar: <https://unsplash.com/photos/HYEk7So9juc>  
Carlos: [https://unsplash.com/photos/v2aKnjMbP\\_k](https://unsplash.com/photos/v2aKnjMbP_k)  
Carmen: [hellomagazine.com](http://hellomagazine.com)

## **Belege S.11:**

Wieting, D. (2016, 9. Februar). Vom Massentourismus zum nachhaltigen Strandurlaub. <https://media.suub.uni-bremen.de/bitstream/elib/4161/1/00105162-1.pdf>. Abgerufen am 12. Oktober 2021,

Chong, K. L. (2019). The side effects of mass tourism: the voices of Bali islanders. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 25(2), 157–169. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1683591>

## **MOM-TEST S.13:**

[MScTE48]. (2014, 18. November). The Mom Test [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Hla1jzhan78&feature=youtu.be>

## **LEAN CANVAS S.29:**

Lean Canvas: <https://startupupdate.ch/lean-canvas-methode/>

Alle Icons sind von Flaticon vom Nutzer Mehwish  
<https://www.flaticon.com/authors/mehwish>

## **FONTS:**

Playfair Display: <https://fonts.google.com/specimen/Playfair+Display>  
Source Sans Variable: <https://fonts.google.com/specimen/Source+Sans+Pro>