





Heimtier

Bachelorarbeit

Marie Lüker

15412077

Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe

Fachbereich 2 Medienproduktion

Prof.'in Dipl.-Ded. Anke Stache

Prof. Dipl.-Des. Christoph Althaus

WS 2021 / 2022

18. Februar 2022

INHALTSVERZEICHNIS

| | | |
|-------------|-----------------------|----|
| 1 | Einleitung | 6 |
| | Briefing | 7 |
| | Motivation | 7 |
| 2 | Discover | |
| | Das Problem | 8 |
| | Das Ziel | 9 |
| | Die Lösung | 10 |
| 3 | Define | |
| | Personas & Zielgruppe | 11 |
| | Werte der App | 15 |
| | Zeitplan | 16 |
| | Wie funktioniert was? | 17 |
| | Kommunikation planen | 19 |
| Erste Ideen | 20 | |

| | | |
|---|---------------------|----|
| 4 | Design | |
| | Logo | 21 |
| | Werte visualisieren | 29 |
| | Moodboard | 32 |
| | Look and Feel | 33 |
| | Wireframes | 37 |
| | Marktanalyse | 39 |

| | | |
|---|-------------------------------------|----------|
| 5 | Deliver | |
| | Feintuning / Verworfenes Werbung | 46 47 |

| | | |
|---|---------------------------------------|----------|
| 6 | Distribute | |
| | Next Steps | 50 |
| | Eigenständigkeitserklärung Quellen | 51 52 |

EINLEITUNG



Kurzbeschreibung:

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit, entwerfe ich ein Prototypen / Klickdummy einer App. Diese App soll das Thema "Petsitting" behandeln. Die App lebt von zwei Akteuren, der erste Akteur ist der "Besitzer", dieser kann innerhalb der App eine Anzeige stellen, wenn er Unterstützung für sein Haustier braucht, die Unterstützung kann zum Beispiel sein: Füttern oder auch spazieren gehen. Der andere Akteur ist der "Sitter", dieser kann innerhalb der App die Anzeigen der "Besitzer" in seiner Umgebung sehen und seine ausgewählte Anzeige annehmen.

EINLEITUNG

Briefing:

Der Schwerpunkt meiner Bachelorarbeit ist das UI & UX Design von dem Klickdummy.

Doch was ist UI & UX Design überhaupt?

UX Design bedeutet ausgeschrieben User Experience Design. Wenn man sich mit dem UX Design beschäftigt, beschäftigt man sich mit der Gestaltung von Erlebnissen & Interaktionen. Um es zu verdeutlichen, UX Design beschäftigt sich unter anderem mit Wireframes, Prototypen und Informationsarchitektur.

Wohingegen UI Design, ausgeschrieben User Interface Design sich auf die visuelle Gestaltung konzentriert. Also das Allgemeine, wie unter anderem "welche Farben werden benutzt?", "welche Typografie ist am sinnvollsten?", Animationen und Icons.

Jedoch stellt man fest, dass beide Disziplinen abhängig voneinander sind. Das UX Design hat das Ziel, dass der Nutzer ein positives Nutzungserlebnis während und nach der Nutzung der App hat, wohingegen UI Design das Ziel hat eine gute visuelle Gestaltung für die Marke der App / bzw. die App zu schaffen.

Motivation:

Dieses Projekt gibt es, da ich Zuhause selber noch einen sehr jungen Hund habe und ich diesen auch überall hin mitnehme, jedoch bin ich in letzter Zeit immer öfter in die Situation gekommen, dass ich den Hund nicht mitnehmen darf und auch niemand anderen hatte der auf meinen Hund aufpasst und viele sich den Traum von einem Haustier nicht erfüllen können, da man nicht so viel Zeit für das Haustier hat.

DISCOVER

Das Problem:

Das Problem ist, dass viele Menschen ein Haustier haben oder haben wollen, jedoch keine Zeit dafür haben und das Haustier dann darunter leidet. Vielleicht haben die Besitzer auch gerade keine Zeit, wegen einer unerwarteten Umstellung (Umzug, neuer Job, etc.) oder weil das Haustier auf einmal mehr Zeit in Anspruch nimmt durch zum Beispiel eine Verletzung. Die jüngeren Personen bekommen noch kein Haustier, weil sich die Eltern noch nicht sicher sind, ob ihr Kind Verantwortung für ein Haustier übernehmen kann.

DISCOVER

Das Ziel:

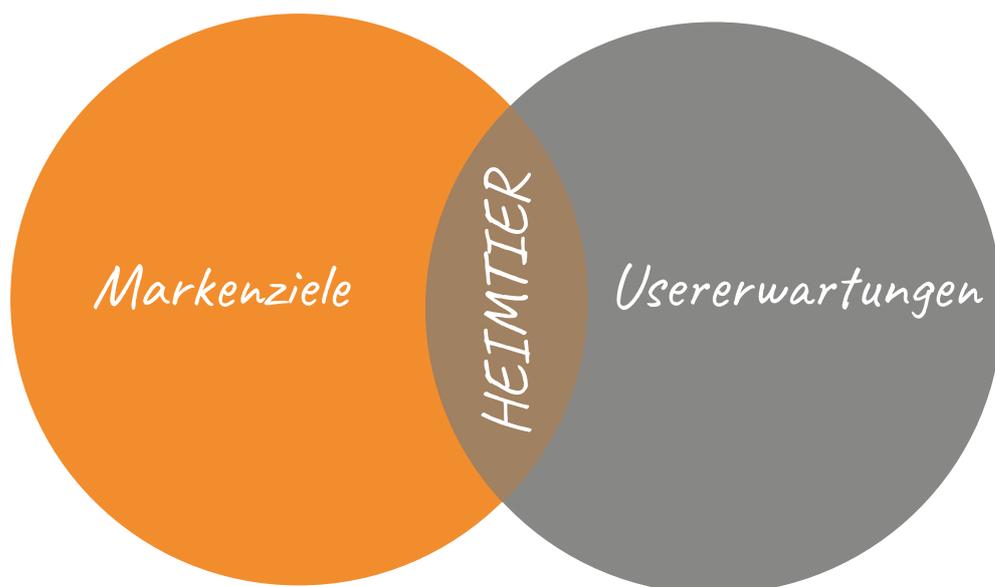
Das Ziel ist es, dass Haustiere, Besitzer und Sitter glücklich sind. Im Vordergrund steht natürlich das Haustier, dass das Haustier nicht mehr lange alleine bleiben muss und pünktlich gefüttert wird, so muss der Besitzer sich nicht auf der Arbeit und generell im Alltag stressen wegen seinem Haustier. Aber auch die Sitter können ein Gefühl dafür bekommen, wie es ist ein Haustier zu haben und Verantwortung zu übernehmen.

Markenziele:

Das größte Ziel von Heimtier, ist User miteinander zu verbinden und dadurch Reichweite und neue User zu gewinnen. Ein weiteres Ziel von Heimtier ist die Geborgenheit der Haustiere, dieses Ziel ist im Fokus der App.

Usererwartungen:

Die Erwartungen vom dem User wenn man die Heimtier App nutzt sind unter anderem Zuverlässigkeit und Vertrauen, aber auch Geborgenheit für sein eigenes Haustier zu finden.



DISCOVER

Die Lösung:

Die Lösung ist die App "Heimtier".

Heimtier bietet eine Plattform, wo Besitzer und Sitter aufeinandertreffen. Der Besitzer kann eine Anzeige online schalten, wo man Unterstützung für das Haustier sucht. Auf der anderen Seite kann der Sitter diese Anzeige sehen und den Besitzer unterstützen.

VOR dem Nutzen der App:

User braucht Hilfe / Unterstützung für sein/ihr Haustier, User möchte gerne helfen / unterstützen und ist durch Werbung (Plakate, Social Media, etc) auf Heimtier aufmerksam geworden und registriert sich dort, um es auszuprobieren.

WÄHREND dem Nutzen der App:

Er klickt sich durch die App und die Erwartungen werden erfüllt. Der User stellt seine erste Anzeige online / nimmt die erste Anzeige an.

NACH dem Nutzen der App:

Der User wird die App weiter nutzen, da die App immer wieder zu gebrauche ist und empfiehlt Heimtier weiter.



EMMA MÜHL

Soziodemografische Kriterien:

Emma, weiblich, 21 Jahre alt, ledig, wohnhaft in Köln, studiert Meeresbiologie im vierten Semester. Emma arbeitet als Tierpflegerin im Kölner Zoo und bekommt dort 1.200€ brutto Gehalt.

Psychografische Kriterien:

Emma ernährt sich vegan und engagiert sich in ihrer Freizeit im Tierheim, dort geht sie jeden Sonntag mit verschiedenen Hunden spazieren. Selbst hat Emma einen Kater als Haustier. Emma unternimmt gerne Wochenendtrips und macht mittwochs nach der letzten Vorlesung eine Yogastunde.

Situationsbezogene Kriterien:

Sie möchte gerne jemanden finden der auf ihren Kater aufpasst, wenn sie am Wochenende verreist. Möchte jedoch innerhalb der Woche auf andere Haustiere aufpassen, da sie die Situation der Besitzer nachvollziehen kann. Sie wünscht sich guten Kontakt zwischen den Besitzern und den Sittern.

Verhaltensbezogene Kriterien:

Innerhalb der Social Media Kanäle ist Emma sehr aktiv, sie lädt täglich Instagram Storys von ihrem Kater hoch. Sie ist pro Tag circa fünf Stunden auf den Social Media Kanälen online und sucht nach Beschäftigungsmöglichkeiten für ihren Kater. Emma kauft öfter Spielzeuge nach die sie auf Instagram und TikTok gesehen hat. Für ihre Haustiere kauft sie bei Fressnapf ein, achtet bei dem Futter jedoch auf die Inhaltsstoffe. Selber trägt sie gerne Anziehsachen von Second-hand Shops.



JANNIS KASPO

Soziodemografische Kriterien:

Jannis, männlich, 43 Jahre alt, ledig, wohnhaft in Halle arbeitet als Druck-technologie in der Spätschicht und bekommt dort 3.200€ brutto Gehalt.

Psychografische Kriterien:

Als Haustiere hat Jannis zwei Hunde, mit denen er gerne in der Natur große Spaziergänge macht. Außerdem trainiert Jannis gerne seine Hunde und gibt ihnen immer neue Kommandos und Tricks bei.

Situationsbezogene Kriterien:

Jannis sucht jemanden der abends seine Hunde füttern kann auf den er sich verlassen kann.

Verhaltensbezogene Kriterien:

Einmal in der Woche lädt Jannis ein Video auf YouTube hoch, wo er seinen Hunden ein neues Kommando beibringt. Er kauft für seine Hunde gerne Qualitätsmarken wie zum Beispiel: Renti und Hunter. Selber trägt er gerne Jack Wolfskin.



JENNY LOPIN

Soziodemografische Kriterien:

Jenny, weiblich, 14 Jahre alt, ledig, wohnhaft in Osnabrück, ist in der siebten Klasse auf einer Realschule und bekommt 70€ Taschengeld von ihren Eltern.

Psychografische Kriterien:

In Ihrer Freizeit passt Jenny gerne auf den Nachbarshund auf und geht Ice-hockey spielen. Außerdem fotografiert sie ehrenamtlich für die neue Tierheimwebseite für das Tierheim Osnabrück.

Situationsbezogene Kriterien:

Ein großer Wunsch von Jenny ist ein eigenes Haustier zu besitzen, am liebsten einen Hund. Sie möchte lernen Verantwortung für ein Tier zu übernehmen.

Verhaltensbezogene Kriterien:

Jenny verbringt pro Tag circa 7,5 Stunden auf den Social Media Kanälen und guckt sich unter anderem gerne Hundevideos an. Ihre Lieblingsmarken sind Nike und Adidas.

ZIELGRUPPE:

Demografische Merkmale:

Die Zielgruppe ist zwischen 14 bis 80 Jahre alt (m/w/d). Kann sowohl verheiratet wie auch ledig sein. Sollten jedoch eher in der Stadt angesiedelt sein.

Sozioökonomische Merkmale:

Schüler, Studenten und Berufstätige sind die Zielgruppe. Sie haben ein niedriges bis mittleres Einkommen, da Personen mit hohem Einkommen Ihre Haustiere zu einem professionellen Sitter geben.

Psychografische Merkmale:

Die Zielgruppe sollten Tiere mögen und auf das Leben der Tiere achten (Freilandhaltung Eier einkaufen, Tierversuchsfreie Produkte). Außerdem sollten sie vertrauenswürdig und Freude daran haben neue Personen & Tiere kennenzulernen. Sie sollten fortgeschrittene Kenntnisse in der Social Media und Smartphone Nutzung haben.

Werte der App:

Transparent:

Die App sollte transparent sein, damit die User sich gegenseitig kennenlernen können.

Vertrauensvoll:

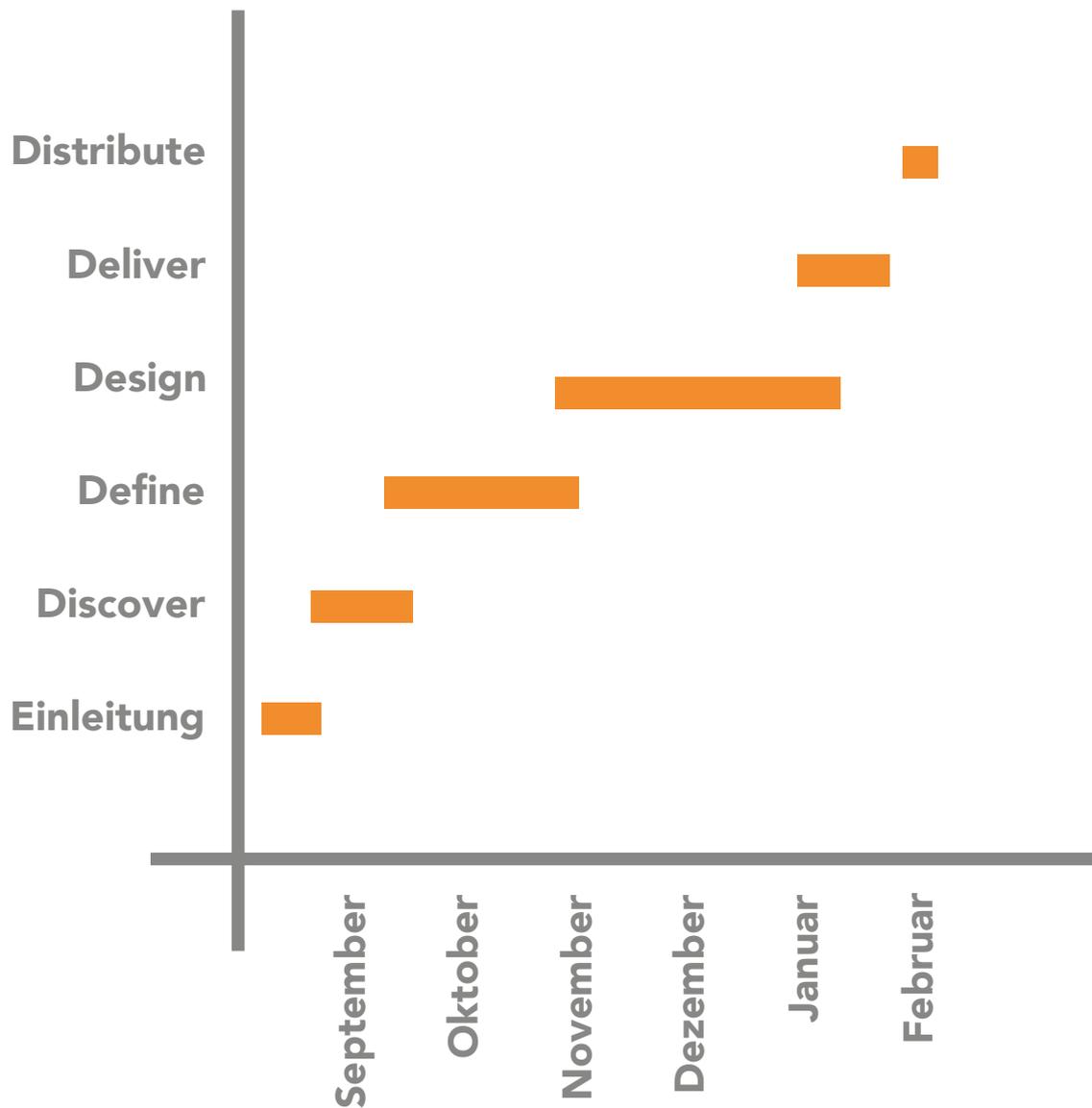
Die App sollte vertrauensvoll sein, da man den anderen User seinen Haustier anvertraut.

Einfach:

Die App sollte einfach sein, damit sie bedienbar für alle User ist und der Ablaufprozess der Anzeige so einfach und so schnell wie möglich durchgeklickt werden kann.

DEFINE

ZEITPLAN:



Am meisten Zeit werde ich mir für die Oberthemen Define & Design nehmen, da dort viel definiert und designt werden muss, um dann danach die Zeit beim Feintuning zu reduzieren.

Während der Entwicklungsphase der App, bin ich bei vielen Fragen gestoppt geblieben und eine Lösung dafür gesucht.

Kosten der App und wie man diese deckt:

1. Um die App zu veröffentlichen, muss das Back-End auf einem Server liegen, was Serverkosten in Anspruch nimmt.
2. Werbekosten, um die Reichweite zu erweitern und um neue User dazugewinnen

Diese Kosten werden erstmal durch Spenden und Investoren gedeckt. In Bielefeld gibt es einmal im Jahr einen Spendenprojekt, wo lokale Projekte Spenden bekommen. Wenn die App an Reichweite gewinnt, können diese Kosten durch Werbung von zum Beispiel Fressnapf, Google ads. etc gedeckt werden. Außerdem unterstützen lokale Unternehmen (Arminia, Dr. Oetker, etc.) gerne soziale Projekte, wenn man Werbung innerhalb der App schaltet (Hund mit Arminia Schal). Außerdem gibt es auch online Spendenplattformen (betterplace.org) wo man sein Projekt einreichen kann.

Wie werden Personen auf die App aufmerksam?

Social Media Kanäle, Flyer / Postkarten / Plakate beim Tierarzt, in Schulen & Universitäten, Haustiergeschäften verteilen.

Wie schafft man die Vertrauensbasis?

Bei der Registrierung jeden Users, müssen die User sich identifizieren und ihren Personalausweis abfotografieren und weitere Daten (Vor & Nachname, Adresse, etc.) angeben. Außerdem besitzt die App ein Bewertungssystem, wo die User nachdem Sitterjob sich gegenseitig bewerten können, die einzelne Bewertung von jedem User ist jederzeit einsehbar. Außerdem kann man auch User melden, wenn der User zwei Mal gemeldet wurde, wird sicher gesperrt, dies übernimmt mein späterer Unternehmenspartner Niklas Klee, sobald die Reichweite gewachsen ist, werden weitere Mitarbeiter eingestellt die Meldedaten überprüfen werden.

DEFINE

Während der Entwicklungsphase der App, bin ich bei vielen Fragen gestoppt geblieben und eine Lösung dafür gesucht.

Ist die App kostenlos?

Ja die App ist für jeden User kostenlos, da es um das Wohl des Tieres geht und man so Personen, die nur dem Geld nach sind und nicht dem Wohl des Tieres ausgeschlossen.

Warum eine App und keine Webseite?

Eine App ist für User leichter zu erreichen. Außerdem kann man durch eine App mehr Push-Benachrichtigung an den jeweiligen User verschicken (wie zum Beispiel: eine neue Anzeige in deiner Nähe ist gerade aufgetaucht).

Kommunikation planen:

Was für eine Art Navigation?

Ich habe mich für eine fixed bar entschieden und gegen ein Burger Menü, da so die Navigation immer sichtbar ist und der User genau weiß auf welcher Page er sich derzeit befindet, dies wird verdeutlicht, indem das Icon der jeweiligen Seite orange ist und die anderen grau, das dient als Orientierung für den User.

Welche Buttons werden benötigt:

Es werden die Buttons Home, Anzeige stellen, Anzeige suchen und mein Profil gebraucht

Verworfen: Impressum braucht kein Button in der fixed bar, da es kaum relevant für den User ist.

Funktionen der verschiedenen Buttons und den dazugehörigen Pages:

Unter Home befinden sich die News und Werbeanzeigen.

Unter Anzeige stellen kann man eine Anzeige / Unterstützung suchen. Dort wird nach Tierart, Hilfeart (Gassi gehen, Füttern), Datum + Uhrzeit gefragt.

Bei dem Button Anzeige suchen, kann man nach „Hilferufen“ in deiner eigenen Umgebung suchen. Wenn du eine Anzeige angenommen hast, kannst du mit dem Besitzer chatten und einen Kennenlerntermin vereinbaren.

Unter mein Profil kannst du deine geschriebenen Bewertungen, deine bekommenen Bewertungen, deine Sitter Jobs, deine Tiere (mit Ernährungsplan), deine Nachrichten einsehen, außerdem kannst du dich da ausloggen.

DEFINE

Hund, Katze, Maus

Homepet

Die Berliner Stadtmusikanten

LOGOIDEEN:

PetsHouse

Schnuller mit Schnurrhaaren

Kinderwagen mit Tier

Petsitter Petysitter

Petsit

DEFINE

LOGOPROZESS



LOGOPROZESS
- BILDMARKE



LOGOPROZESS
- WORTMARKE

HEIMTIER

HEIMTIER

HEIMTIER

HEIMTIER

HEIMTIER

HEIMTIER

HEIMTIER

HEIMTIER

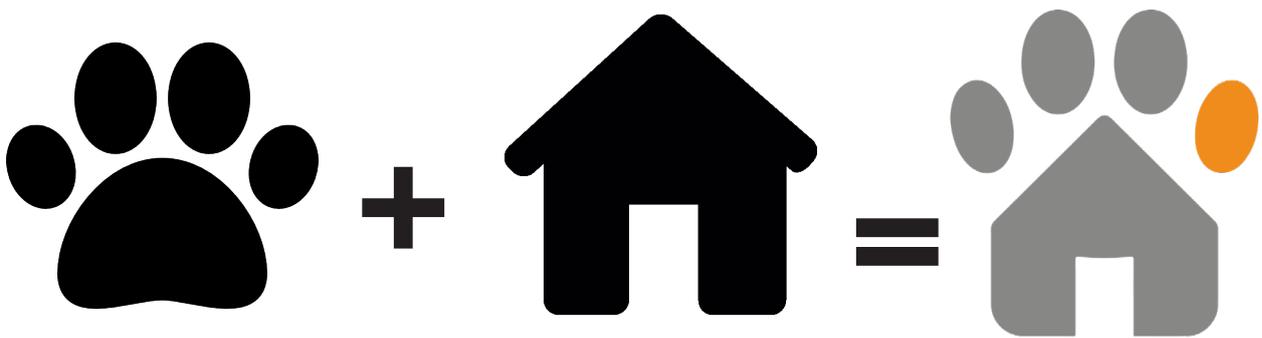
DESIGN

LOGO



Heimtier

LOGO - BILDMARKE



Die Bildmarke des Logos besteht aus den einfachen Icons einer Tierpfote und einem Haus. Diese Icons sind bei dem User angelernt. Die Ecken von dem Haus sind abgerundet, damit es der Form einer Pfote nahekommt, da eine Pfote nicht eckig ist. Ich habe mich für eine Mischung aus der Pfote und dem Haus entschieden, da die Pfote die User mit einem Tier verbinden, im Idealfall mit einem Haustier und das Haus mit dem eigenen Zuhause, dies wird deutlicher, wenn man die dazugehörige Wortmarke sieht. Die eine „Kralle“ der Pfote ist in einer anderen Farbe, dies steht für die Einzigartigkeit jedes einzelnen Haustieres.

LOGO - WORTMARKE

Heimtier

Zuhause = **Heim**

Haustier

Tierheim = **Heimtier**

Die Wortmarke besteht aus dem Wort Heim & Tier. Das Wort Heim soll das Zuhause des Haustiers darstellen und das Wort Tier soll mit dem Haustier verbunden werden. Außerdem wurden die Wörter von Tierheim versetzt, da die Funktion eines Tierheims das Aufpassen und das Pflegen von Tieren ist und es im Wesentlichen den Tieren dort gut geht.

Die Font der Wortmarke ist die Typo „Caveat“. Die Caveat ist eine handschriftliche Schreibschrift, die über eine OpenType-Funktion verfügt und daher nach ihrem Vorkommen in einem Wort leicht variiert werden kann, um ein natürliches handschriftliches Gefühl zu erzeugen. Ich habe mich für diese Schrift entschieden, da sie natürlich und offen wirkt. Man bekommt ein Gefühl von Dazugehörigkeit und von Nähe...Nähe zu dem Sitter / Besitzer.

LOGO - FARBAUSWAHL

C: 2% M: 53% Y: 93% K: 0%
R: 239 G: 140 B: 29



C: 47% M: 37% Y: 38% K: 18%
R: 134 G: 134 B: 133

Das Logo besteht aus einem Orangeton und einem Grauton.

Der Orangeton wirkt warm, freundlich, einladend und fröhlich. Außerdem ist der Orangeton sehr auffällig und hell.

Der Grauton wirkt elegant, professional und neutral. Außerdem ist der Grauton unauffällig und eher dunkel.

So bilden die beiden Farben ein Hell-Dunkel Kontrast. Zusammen geben die Farben eine gute Kombination aus Eleganz, Professionalität und Freundlichkeit. So weckt es bei dem User einmal Fröhlichkeit aber auch Vertrauen.

LOGO - LOGOARTEN



Heimtier



Heimtier



Heimtier

Das Logo wirkt groß in voller Kraft, aber auch in einer relativ kleinen Größen kommt die volle Wirkung des Logos zu dem Betrachter.



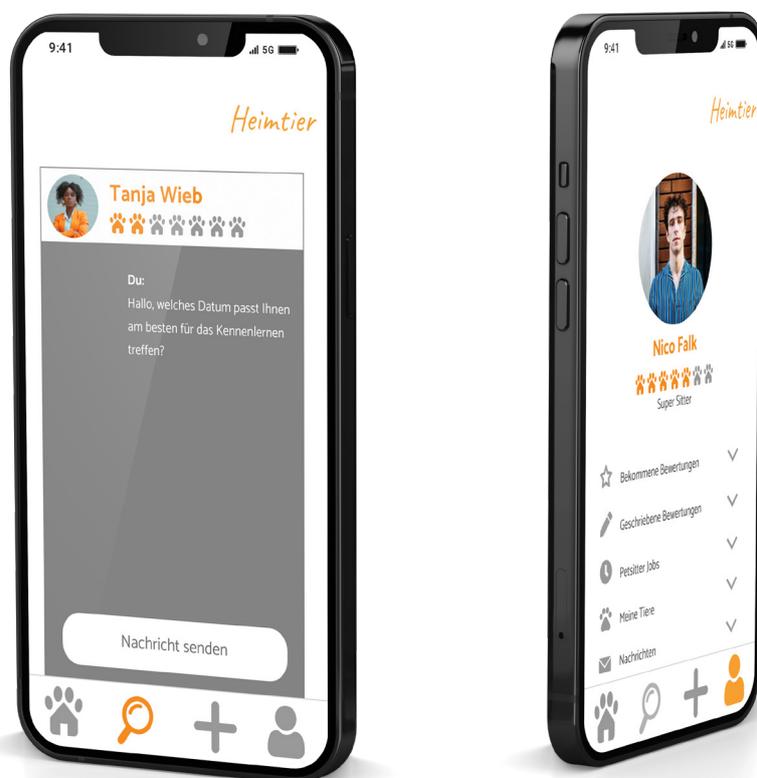
Heimtier

In dieser Variante ist das Logo auch in Schwarz-Weiß wiedererkennbar.

Heimtier

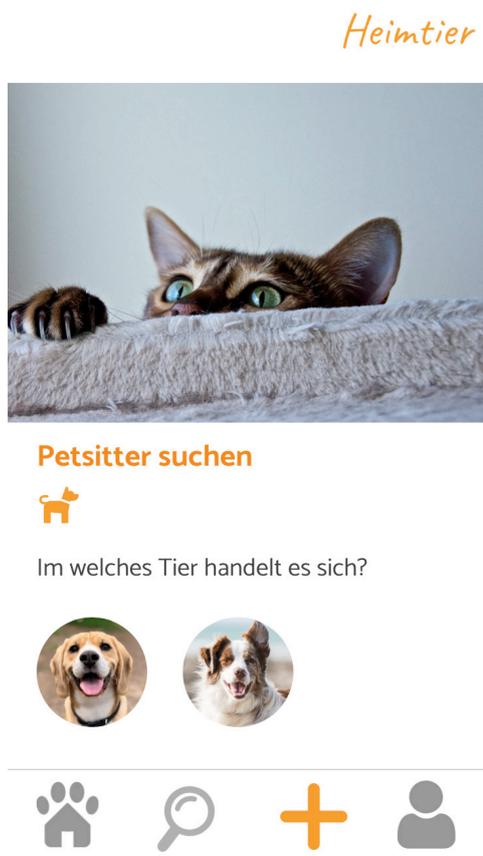
Die Wortmarke kann auch alleine stehen, durch die wiedererkennbare Font.

WERTE VISUALISIEREN - TRANSPARENT



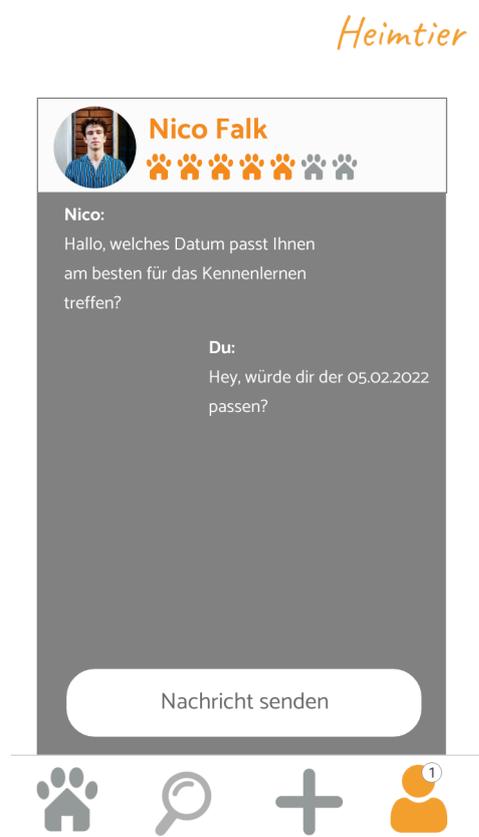
Der Wert „Transparent“ wird durch das Bewertungssystem geboten. Die User können sich nach einem Sitterjob gegenseitig bewerten. Umso bessere Bewertungen man hat umso einen besseren „Titel“ bekommt man (Beispiel Super Sitter, Ultra Sitter, etc). Die Bewertungen anderer sind jederzeit einsehbar.

WERTE VISUALISIEREN - EINFACH



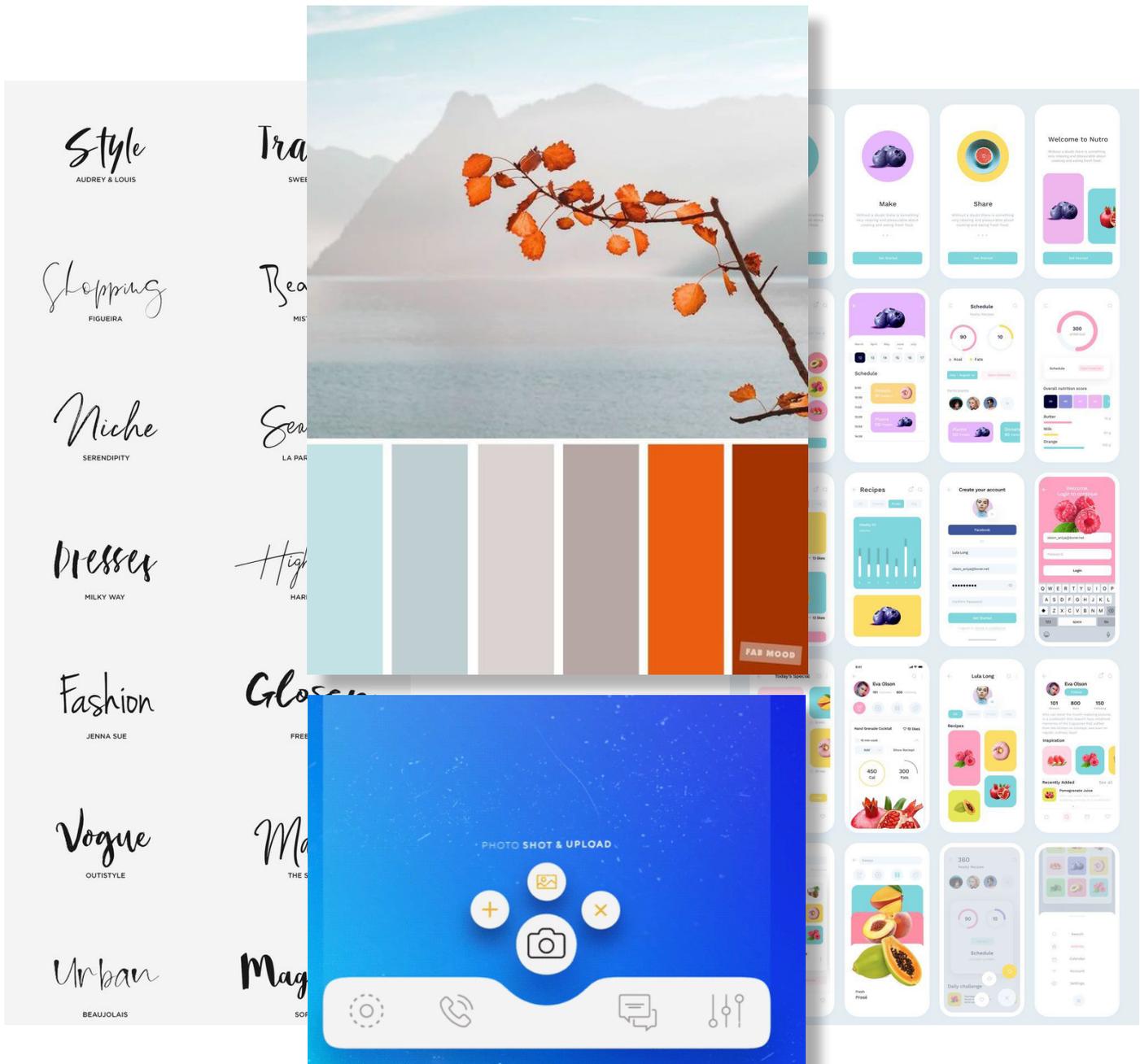
Durch die fixed Bar (Navigationsbar) können die User jederzeit die Pages wechseln. Der ganze Prozess wird noch einfacher dadurch, dass das Icon auf der Page auf der man sich derzeit befindet in orange eingefärbt ist und die anderen Icons grau eingefärbt sind.

WERTE VISUALISIEREN - VERTRAUENSVOLL



Durch die Chatfunktion wirkt die App vertrauensvoll, da man mit seinem Sitter oder dem Besitzer schreiben kann und wichtige Fragen klären kann.

MOODBOARD



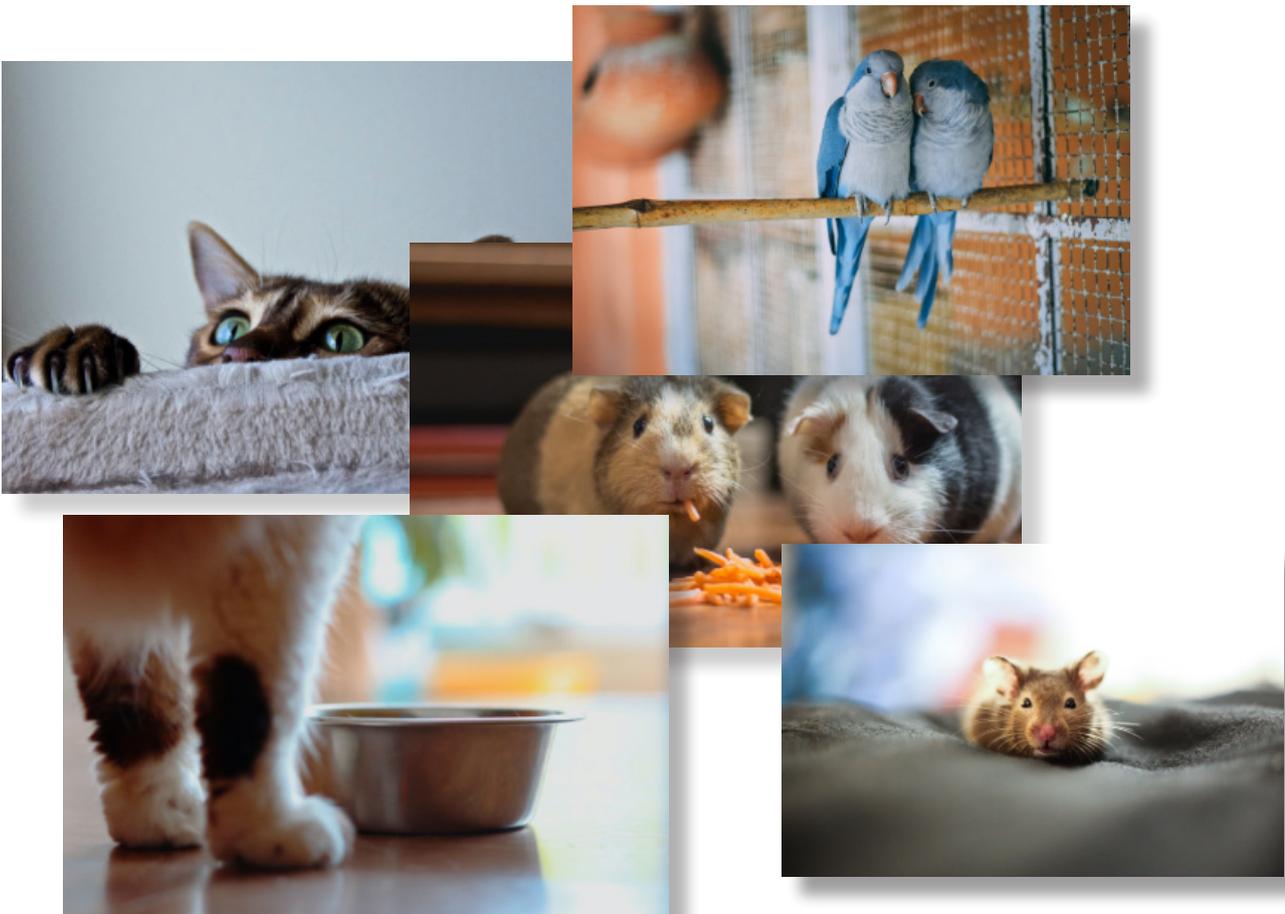
Anhand von meinem Moodboard sieht man, dass ich mit einer Navigationsbar arbeiten möchte, die nur durch Icons erscheint. Außerdem sieht man, dass ich immer im gleichen Farbraum bleiben möchte.

LOOK AND FEEL - FONT

Catamaran

Für Überschriften und Fließtext habe ich die Font "Catamaran" benutzt. Die Schrift wirkt leicht, aber professionell. Für Überschriften ist die "Catamaran" in dem Schriftschnitt "bold" und in dem Hauston (Orangeton, #ef8c1c), so werden die Überschriften betont und sind trotzdem leserlich, jedoch werden sie als Überschrift wahrgenommen. Der Fließtext ist in dem Schriftschnitt "regular" so kann der User ohne Störungen den Fließtext lesen, jedoch ist der Fließtext nicht in schwarz, sondern in einem dunklen Grau (#343434), da das dunkle Grau professioneller wirkt und angenehmer für das Auge ist.

LOOK AND FEEL - BILDWELT



Die Bilder innerhalb der App haben immer mindestens einen Bildton von den zwei Hausfarben (orange & grau) im Bild. Generell werden keine Neonfarben benutzt. Außerdem wird bei den Bildern viel mit Unschärfe-Schärfe gearbeitet. Auf den Bildern werden gesunde Tiere dargestellt.

LOOK AND FEEL - BUTTONS

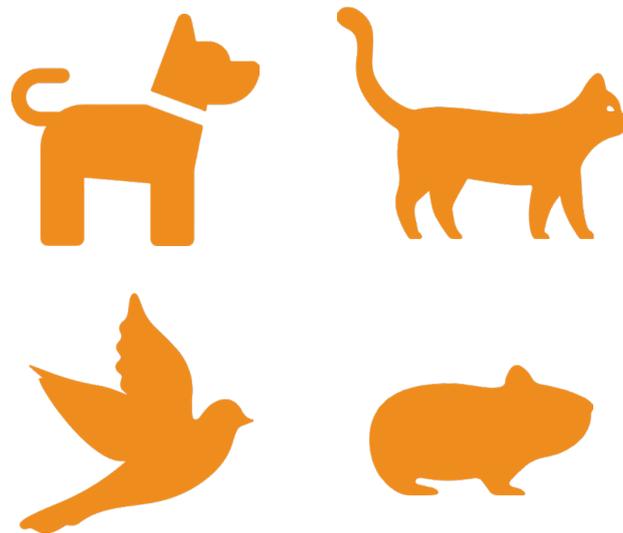


Bei den Buttons "Anmelden" & "Registrieren" erkennt man das Schema von der fixed Navigationsbar, so ist der Button "Anmelden" orange da sich der User momentan auf der Anmeldeseite befindet. Durch das abgerundete Rechteck erkennt der User, dass es sich bei dieser Form um einen Button handelt, da es eine angelernte Form ist. Da das Impressum für den User kaum relevant ist, wurde dieser Button direkt grau eingefärbt, umso die Relevanz der anderen Elemente auf der Seite nicht einzunehmen.



Dieser Button wird benutzt, wenn man von der Hauptseite auf eine Unterseite der Hauptseite leiten will (von Home zu einem Newsartikel oder von meinem Profil zu meinen Tieren). Durch den Pfeil erkennen User das sich hinter dem Klickfeld etwas zum Weiterleiten verbirgt. Dieser Button wurde orange eingefärbt, da er so aus den restlichen Elementen der Seite auffällt und die User so am ehesten draufklicken.

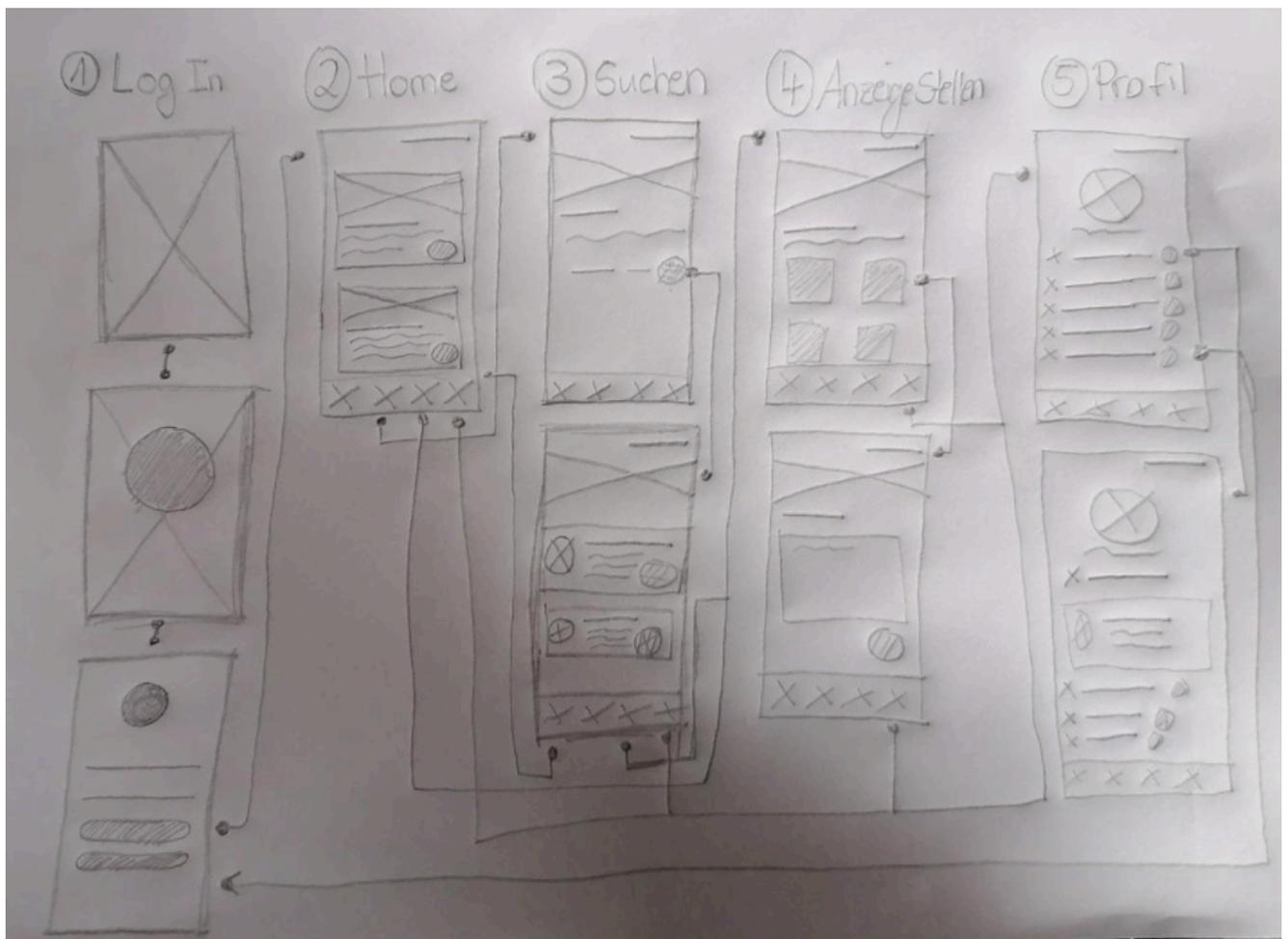
LOOK AND FEEL - ICONS



Die Icons sind deutlich erkennbar und ähneln den Icons von der fixed bar, da die Icons aus einer Farbe bestehen und nur die wichtigsten Details haben, da die User so auf den ersten Blick erkennen um welche Tierart es sich handelt.

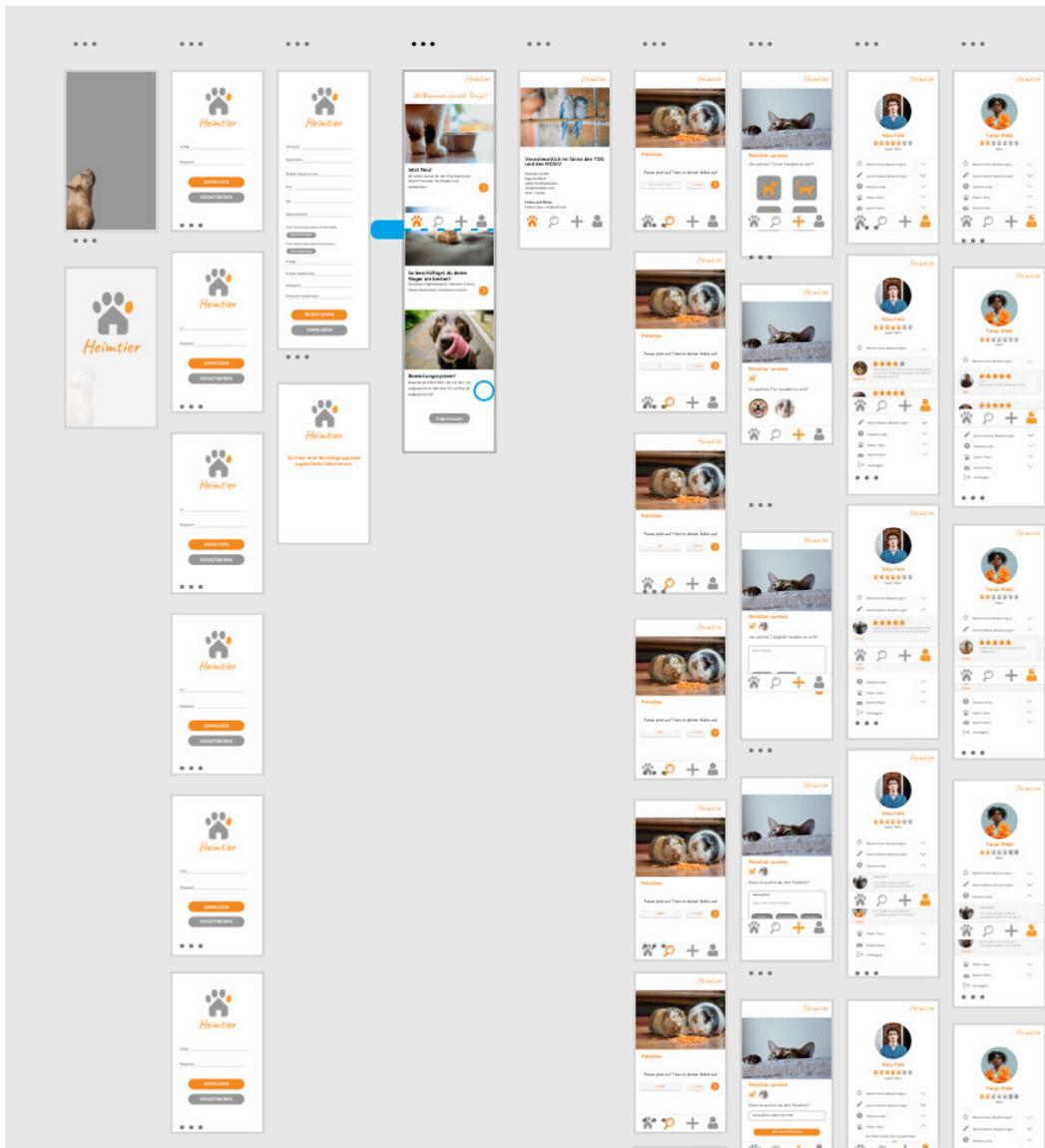
Die Icons werden zum Beispiel genutzt, wenn der User nach der Tierart filtern möchte.

WIREFRAMES



Durch die Wireframes konnte ich eine erste Struktur in den Prototypen bringen und so die Abläufe der verschiedenen Pages bestimmen.

WIREFRAMES



Die Struktur aus den Wireframes habe ich dann in Adobe XD umgesetzt und weitergeführt.

MARKTANALYSE - KONKURRENZ / WETTBEWERB

HUNDELIEB

Hundelieb ist eine Webseite die sich um Hundesitting kümmert. Jedoch nur um Hunde.

Visuelles Design ●●●●●

Die Webseite ist freundlich gestaltet. Die Seite wirkt fürsorglich und offen für jeden neuen User.

Nutzwert ●○○○○

Man kann den vollen Nutzen von Hundelieb erst nutzen wenn man ein Premium-Mitglied ist, erst dann kann man andere Profile anschreiben.

Bedienbarkeit ●●●●●

Es wird direkt eine Schritt für Schritt Anleitung angezeigt, also eine sehr einfache Bedienbarkeit für den User.

Erreichbarkeit ●●●○○

Dadurch dass man seine E-Mail dort angibt, kriegt man Push-Benachrichtigung über die eigene E-Mail Adresse, jedoch nicht direkt über die Webseite.

MARKTANALYSE - KONKURRENZ / WETTBEWERB

BETREUT

Betreut ist eine Webseite die das Thema "Nachbarschaftshilfe" behandelt, wo Nachbarn sich gegenseitig im Alltag helfen können unter anderem auch Hilfe bei deren Haustieren

Visuelles Design ●●○○

Die Seite ist emotional gestaltet (mit Bildern von Menschen, insbesondere Kindern). Jedoch wirkt die Webseite sehr freundlich durch die Icons. Trotzdem wirkt die Webseite überladen, durch verschiedene Stile.

Nutzwert ●●●○○

Im Allgemeinen ist Betreut kostenlos, jedoch gibt es verschiedene "Abos" die angeboten werden, wo man dann mehr Optionen hat (zum Beispiel: eigenes Profil wird bei der Suchoption weiter oben angezeigt).

Bedienbarkeit ●●●●●

Der User bekommt direkt eine drei Schritt Anleitung für den Nutzen der Webseite.

Erreichbarkeit ●●●○○

Dadurch dass man seine E-Mail dort angibt, kriegt man Push-Benachrichtigung über die eigene E-Mail Adresse, jedoch nicht direkt über die Webseite.

MARKTANALYSE - KONKURRENZ / WETTBEWERB

HAUSTIERTAUSCH

Haustiertausch ist eine Webseite die sich um Petsitting kümmert.

Visuelles Design ● ○ ○ ○ ○

Die Webseite einfach, jedoch sperrig gestaltet. Sie wirkt nur durch die Farben freundlich.

Nutzwert ● ● ● ● ●

Haustiertausch kann von jedem genutzt werden, der vorher Daten von sich abgibt, es ist nicht mit Kosten verbunden.

Bedienbarkeit ● ● ● ● ●

Durch die einfache Menüleiste und dem einfachen Aufbau der Webseite ist die Webseite für jeden User zu bedienen.

Erreichbarkeit ● ● ● ○ ○

Dadurch dass man seine E-Mail dort angibt, kriegt man Push-Benachrichtigung über die eigene E-Mail Adresse, jedoch nicht direkt über die Webseite.

MARKTANALYSE - KONKURRENZ / WETTBEWERB

DOGSHARING

Dogsharing ist eine Webseite die sich um das Treffen von Hundebesitzern untereinander kümmert.

Visuelles Design ●●●●

Die Webseite wirkt freundlich und einladend. Durch Bilder von Hunden und passenden und einfachen Icons ist die Webseite übersichtlich.

Nutzwert ●●●●●

Bei Dogsharing kann der User auch ohne Kosten den vollen Nutzen der Webseite und deren Dienste haben.

Bedienbarkeit ●●●●●

Die Webseite ist einfach zu bedienen und durch Icons und Buttons übersichtlich für den User.

Erreichbarkeit ●●●○○

Dadurch dass man seine E-Mail dort angibt, kriegt man Push-Benachrichtigung über die eigene E-Mail Adresse, jedoch nicht direkt über die Webseite.

MARKTANALYSE - KONKURRENZ / WETTBEWERB

NEBENAN

Nebenan ist eine Webseite die das Thema "Nachbarschaftshilfe" behandelt, wo Nachbarn sich gegenseitig im Alltag helfen können unter anderem auch Hilfe bei deren Haustieren

Visuelles Design ●●●●●

Die Webseite hat ein wiedererkennbares Design, was sehr professionell aber auch freundlich wirkt.

Nutzwert ●●●●●

Nebenan kann von jedem genutzt werden, der vorher Daten von sich abgibt, es ist nicht mit Kosten verbunden.

Bedienbarkeit ●●●●●

Durch direkte Interaktionen auf der Webseite, weiß der User direkt zu welchen Bedienfeld man hingeleitet wird.

Erreichbarkeit ●●●●●

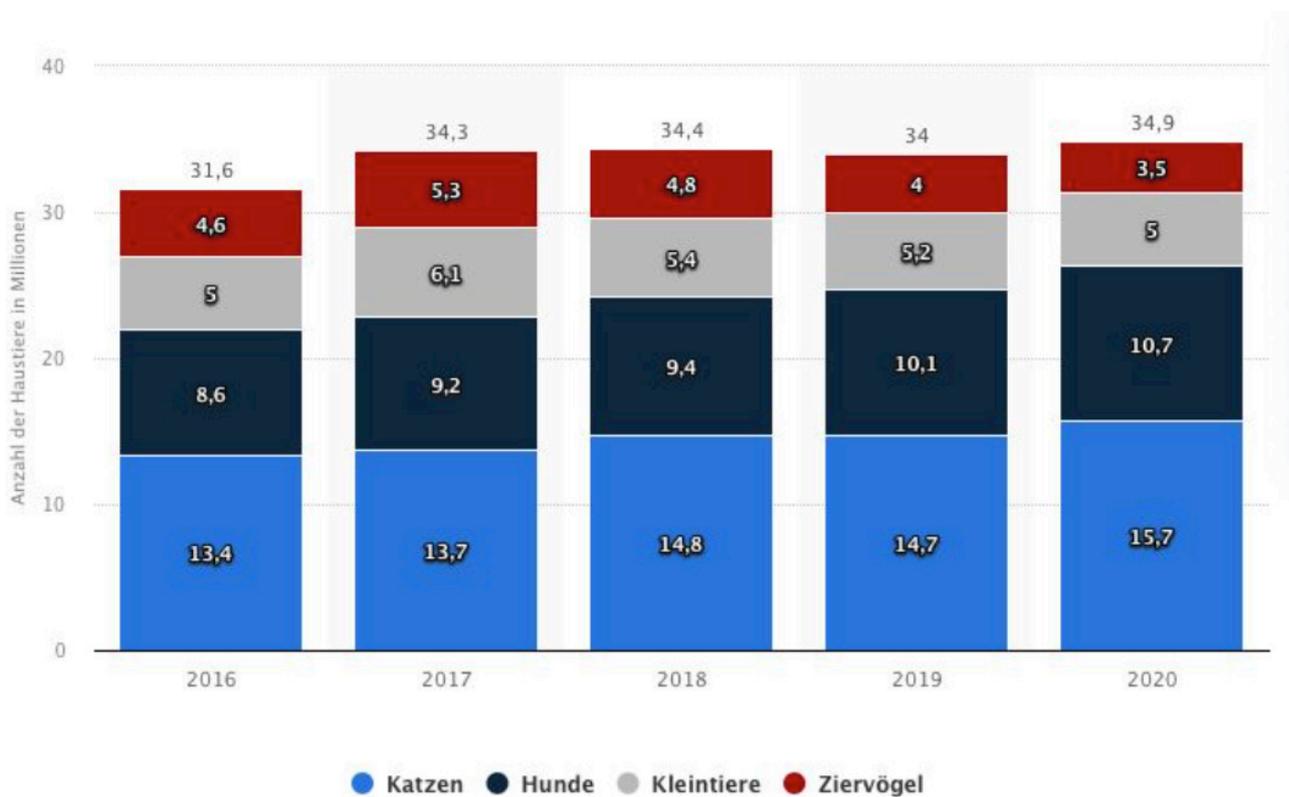
Dadurch dass es von der Webseite auch eine App-Version gibt ist die Erreichbarkeit für User super gegeben.

MARKTANALYSE - KONKURRENZ / WETTBEWERB

FAZIT

Durch das Analysieren der Konkurrenz habe ich festgestellt, dass meine App eine einfache Bedienbarkeit braucht, jedoch auch ein wiedererkennbares Design. Die App muss den User ständig auf dem Laufenden halten, aber auch vertrauensvoll sein. Die App muss für jeden User den vollen Nutzen / alle Dienste haben (keine Kosten).

MARKTANALYSE - WARUM JETZT?



<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/156836/umfrage/anzahl-der-haushalte-mit-haustieren-in-deutschland-2010/>

Wie die Statistik zeigt, ist der Besitz von Haustieren 2020 um 0,9% gestiegen, durch Corona ist die Anzahl 2021 weiter nach oben gestiegen, nun in 2022, wo der Alltag bei den meisten Personen wiederkommt, merken manche Personen, dass man gar nicht mehr so viel Zeit für sein Haustier hat, wie man Anfang 2020 noch hatte. Deshalb sollte die App 2022 starten und diese Personen einfangen.

DELIVER

FEINTUNING / VERWORFENES

Slideshow:

Auf der Homeseite sollte am Anfang aus allen Artikeln eine einzige Slideshow gemacht werden. Jedoch habe ich diese Idee verworfen, da der User sich so nicht voll und ganz auf einen "Artikel" konzentrieren kann, da der Lesefluss durch die Slideshow immer wieder zerstört wird.

Spenden-Button:

Ich wollte ein Spendenbutton nach jedem fertigen Sitterjob anzeigen lassen, wo das Geld von dem Besitzer an den Sitter gespendet wird, jedoch müsste der Besitzer und der Sitter dann jeweils Kontodaten angeben und das ist meistens ein Abspringkriterium für manche User, beziehungsweise durch die Abfrage von Kontodaten würden viele User sich nicht anmelden.

WERBUNG - POSTKARTEN



Die Postenkarten werden in Universitäten, Schulen und Tierarztpraxen verteilt. Es gibt mehre Motive (verschiedene Tiere und Sprüche) und zwei verschiedene Arten von Postkarten. Eine Art von Postkarten sind die für Besitzer und die andere Art sind die für Sitter. Durch den QR-Code können die Leser die App direkt runterladen.

DELIVER

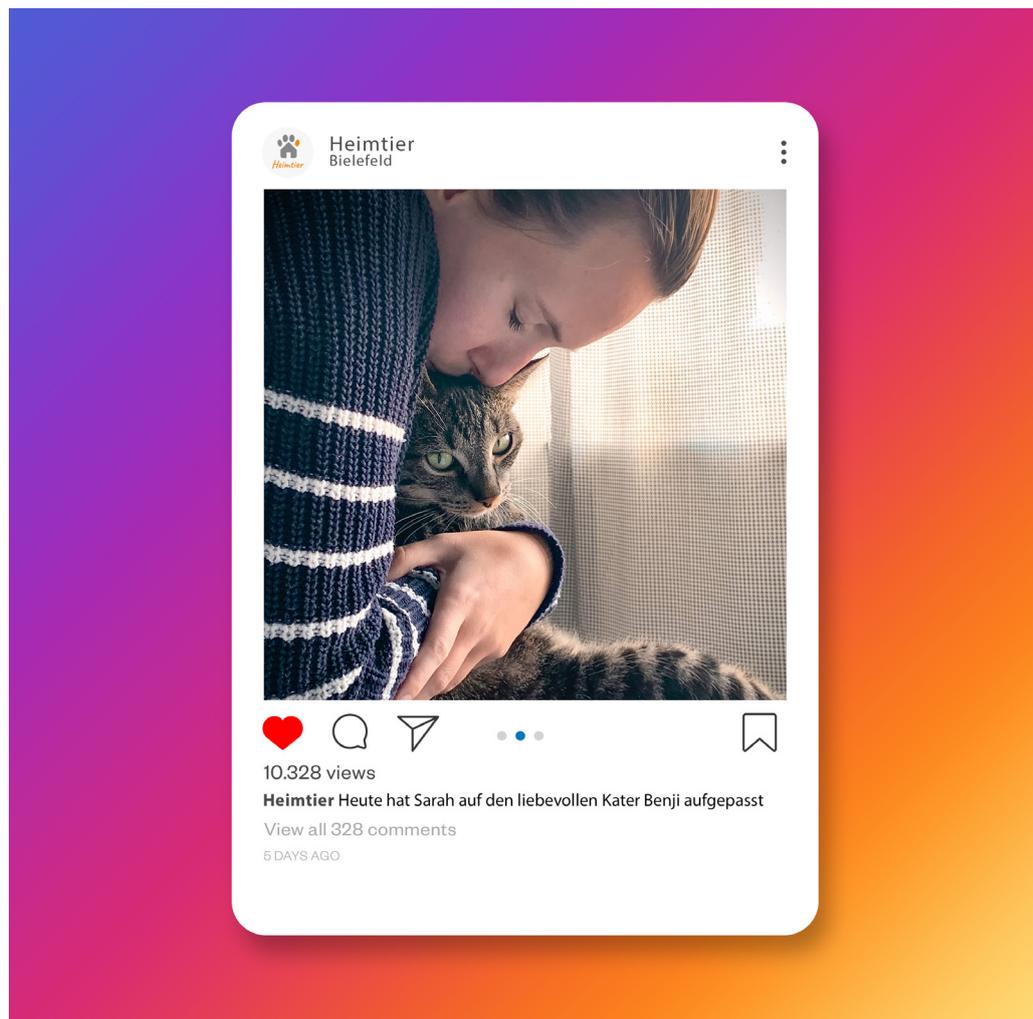
WERBUNG - PLAKAT



Die Plakate werden in Tierarztpraxen und Tiermärkten hängen, sie sind im gleichen Stil wie die Postkarten und haben gleiche Elemente (Schrift & Farbe) wie die App. Durch den QR-Code können die Leser die App direkt runterladen.

DELIVER

WERBUNG - INSTAGRAM



Auf dem Instagramkanal "Heimtier" sollen viele Rezensionen der User gepostet werden, umso eine vertrauenswürdige und nahe Basis zu dem User zu schaffen.

DISTRIBUTE

NEXT STEPS

1. Back-End:

Niklas Klee und ich werden zusammen das Back-End für die App "Heimtier" programmieren, um dann einen Testdurchlauf mit Freunden und schon bereits interessierten Personen zu tätigen.

2. Mehr Reichweite:

Wenn der Testdurchlauf gut durchlaufen wurde und weitere Fehler korrigiert wurden, kann man Werbung auf den Social-Media Kanälen schalten und Universitäten und Schulen bitten dort Werbung wie die Postkarten zu verteilen.

3. Unternehmenspräsentation:

Nachdem die mehr Reichweite bekommen hat, werde ich mit Hilfe von meinen Kollegen Christian Schlüter (Marketingleiter) eine Unternehmenspräsentation erstellen und diese ein potenzielle Sponsoren oder Spendenaktionen schicken.

DISTRIBUTE

EIGENSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich (Marie Lüker), dass ich die vorliegende Arbeit "Bachelorarbeit - Heimtier" selbstständig und ohne unerlaubte fremde Hilfe angefertigt habe, keine anderen als die angegebenen Quellen verwendet habe und diese inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Bielefeld, 12.02.2022

Ort, Datum

Marie Lüker

Unterschrift

DISTRIBUTE

QUELLEN

Bildquellen innerhalb des Projekt's (Prototyp):

Bild auf dem Ladescreen: Karsten Winegeart, unsplash.com 24.01.2022,
<https://unsplash.com/photos/Z-rSM6yKgxo>

Erstes Bild auf der Homeseite: Marco Giuseppe, unsplash.com 24.01.2022,
<https://unsplash.com/photos/yz4g1tYJti0>

Zweites Bild auf der Homeseite: Derrick Treadwell, unsplash.com 24.01.2022,
<https://unsplash.com/photos/Ri1H25HEW7U>

Drittes Bild auf der Homeseite: James Barker, unsplash.com 24.01.2022,
<https://unsplash.com/photos/v3-zcCWMjgM>

Erstes Bild auf der Impressum Seite: Prasad Panchakshari, unsplash.com
23.01.2022, <https://unsplash.com/photos/ITA4u2lic64>

Erstes Bild auf der Anzeigen suchen Seite: Bonnie Kittle, unsplash.com,
24.01.2022, https://unsplash.com/photos/MUcxe_wDurE

Zweites Bild auf der Anzeigen suchen Seite: Pauline Loroy, unsplash.com,
25.01.2022, <https://unsplash.com/photos/U3aF7hgUSrk>

Drittes Bild auf der Anzeigen suchen Seite: Erik-Jan Leusink, unsplash.com,
25.01.2022, <https://unsplash.com/photos/lbPxGLgJiMI>

Viertes Bild auf der Anzeigen suchen Seite: Finn-E, unsplash.com, 25.01.2022,
<https://unsplash.com/photos/kFh7PHBKWd0>

Fünftes Bild auf der Anzeigen suchen Seite: Angel Luciano, unsplash.com,
25.01.2022, <https://unsplash.com/photos/LATYeZyw88c>

QUELLEN

Sechstes Bild auf der Anzeigen suchen Seite: Brooke Cagle, unsplash.com, 25.01.2022, <https://unsplash.com/photos/Ntm4C2lCWxQ>

Erstes Bild auf der Anzeige stellen Seite: Chris Smith, unsplash.com 27.01.2022, https://unsplash.com/photos/L9_6aQAUu-4

Zweites Bild auf der Anzeige stellen Seite: Marliese Streefland, unsplash.com 27.01.2022, <https://unsplash.com/photos/2l0CWTpcChl>

Erstes Bild auf der Profil Seite: Amber Kipp, unsplash.com 27.01.2022, <https://unsplash.com/photos/75715CVEJhl>

Bildquellen innerhalb des theoretischen Teils:

Coverbild: rawpixel.com, freepik.com, 01.02.2022, https://de.freepik.com/freie-psd/hand-haelt-smartphone-mit-bluetooth-lautsprecher-verbinden_16339505.htm#query=iphone&from_query=iphone%206&position=4&from_view=search

Seite 6: pmvchamara, freepik.com, 01.02.2022, https://de.freepik.com/freie-psd/modernes-smartphone-modell_11411110.htm#query=iphone&from_query=iphone%206&position=24&from_view=search

Seite 11: Olivia Hutcherson, unsplash.com, 02.02.2022, <https://unsplash.com/photos/Uer1ZL2goM8>

Seite 12: Samuel Girven, unsplash.com, 02.02.2022, <https://unsplash.com/@samuelgirven>

Seite 13: aisvri, unsplash.com, 02.02.2022, <https://unsplash.com/@aisvri>

DISTRIBUTE

QUELLEN

Seite 29: gaphiccrew, freepik.com, 02.02.2022, https://de.freepik.com/freie-psd/smartphone-und-ui-bildschirmmodell_15307363.htm#query=iphone&position=42&from_view=search

Seite 32: webdesigntips.win, pinterest.com, 26.01.2022, <https://www.pinterest.de/pin/645985140282532969/>

pinterest.com, 26.01.2022, https://www.google.com/search?q=8cdf8261fca4d3205a29f303958f5468&tbm=isch&ved=2ahUKEwjKoM_hxPf1AhXBml-sKHTiUAjoQ2-cCegQIABAA&oq=8cdf8261fca4d3205a29f303958f5468&gs_lcp=CgNpbWcQA1ChA1ihA2DFBGgAcAB4AIABPogBeZIBATKYAQCgAQG-qAQtnD3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&sclient=img&ei=N0cGYoqpM8GxrgS4qlr-QAw&rlz=1C5CHFA_enDE827DE828#imgrc=lwgDs52ifFnAQM

pinterest.com, 26.01.2022, [https://www.pinterest.de/search/pins/?q=ui%20design&rs=typed&term_meta\[\]=ui%7Ctyped&term_meta\[\]=design%7Ctyped](https://www.pinterest.de/search/pins/?q=ui%20design&rs=typed&term_meta[]=ui%7Ctyped&term_meta[]=design%7Ctyped)

Seite 45: statistia.com, 05.02.2022, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/156836/umfrage/anzahl-der-haushalte-mit-haustieren-in-deutschland-2010/>

Seite 47: rawpixel.com, freepik.com, 05.02.2022, https://de.freepik.com/freie-psd/ombre-visitenkarte-psd-mockup-ozeanblau_16330611.htm#query=postkarte&position=3&from_view=search

Seite 48: grapticcrew, freepik.com, 05.02.2022, https://de.freepik.com/freie-psd/a1-haengendes-poster-modell_11766582.htm#query=plakat&position=0&from_view=search

Seite 49: antonioli, freepik.com, 05.02.2022, https://de.freepik.com/freie-psd/instagram-post-vorlage-fuer-soziale-medien_6353554.htm#query=instagram&position=7&from_view=search

QUELLEN

Literaturquellen innerhalb des theoretischen Teils:

Seite 7: Karolina Schilling, München: Hanser: Apps machen: der Kompaktkurs für Designer: von der Idee bis zum klickbaren Prototyp, 2016.

Seite 11 - 14: Marco Spies & Katja Wenger: Cezannes Realisation, Branded interactions: lebendige Markenerlebnisse für eine neue Zeit, 2018.

Seite 27: Eva Heller: Wie Farben wirken: Farbpsychologie - Farbsymbolik - Kreative Farbgestaltung, 2004.

Seite 35: Su, 23.01.2022: 6 Regeln für perfektes Button Design , <https://makeusershappy.de/perfektes-button-design/>

Seite 37: Martin Hahn, 23.01.2022: Wireframes im Webdesign – Eine Anleitung wie du Wireframes im Website-Prozess gezielt einsetzt. , <https://www.webdesign-journal.de/wireframes-im-webdesign-die-anleitung/>

Seite 39 - 44: Marco Spies & Katja Wenger: Cezannes Realisation, Branded interactions: lebendige Markenerlebnisse für eine neue Zeit, 2018.