THESIS

Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Public License
CC BY-SA 4.0



# Genderhinweis

Aufgrund einer besseren Lesbarkeit wird in dieser Bachelorarbeit das generische Maskulinum verwendet. Die in dieser Arbeit verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich daher – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.

# Inhaltsverzeichnis

Genderhinweis ..... 1

Inhaltsverzeichnis ..... 3

1 Einleitung ..... 5

2 Begriffserklärungen ..... 6

2.1 Mobile Applikation ..... 6

2.2 User Experience ..... 6

2.3 User Interface ..... 7

2.4 Prototyp ..... 7

3 Theoretische Grundlagen ..... 8

3.1 Stand der Wissenschaft und Technik ..... 8

3.2 Aktuelle Relevanz ..... 9

3.3 Motivation ..... 11

3.4 Anforderungen & Ziele ..... 12

3.5 Zielgruppe ..... 12

4 Applikation ..... 14

4.1 Technische Komponenten ..... 14

4.2 Inhaltliche Struktur ..... 14

4.2.1 App Start ..... 17

4.2.2 Hauptbildschirm ..... 20

4.2.3 Nachhaltig einkaufen ..... 25

4.2.4 Hinzufügen Button ..... 26

4.2.5 Aktiv werden ..... 32

4.2.6 Einstellungen ..... 34

4.3 Anmeldefunktion ....38
4.4 Belohnungssystem ....41
4.5 Thematische Inhalte ....42
4.5.1 Nachhaltig einkaufen und sparen ....42
4.5.2 Organisationen und Freiwillige Projekte ....43
4.5.3 Tipps und Tricks für den Alltag....44
4.6 Finanzierung ....47
5 Gestalterische Ausarbeitung....48
5.1 Entwicklungsprozess....48
5.2 Namen ....53
5.3 Logo....55
5.4 Farben....59
5.5 Gestalterische Elemente ....62
5.6 Schrift....74
5.7 Leitmotiv....78
6 Zusammenfassung....81
6.1 Zukunftsausblick ....81
6.2 Weiterentwicklung der App ....81
Literaturverzeichnis ....85
Abbildungsverzeichnis....86
Abkürzungsverzeichnis....90
Tabellenverzeichnis ....91
Eidesstattliche Erklärung ....92

# 1 Einleitung

Diese Arbeit widmet sich der Konzeption und Gestaltung einer Nachhaltigkeits-App *Klimaliebe*, die darauf abzielt, das Umweltbewusstsein im Alltag zu fördern. Ziel der App ist es, Nutzer durch einen interaktiven Leitfaden zu klimafreundlichen Handlungsweisen anzuregen. Dabei kombiniert die App verschiedene Inhalte, die sowohl aktiv als auch passiv gestaltet sind, um eine ausgewogene Nutzererfahrung zu gewährleisten. Die App wird durch das Leitmotiv mit dem Namen *Ino* geprägt, welches eine kontinuierliche und persönliche Bindung zum Nutzer aufbaut und diesen durch die Anwendung begleitet.

Die vorliegende Arbeit ist in drei Hauptteile gegliedert: Zunächst werden die theoretischen Grundlagen erörtert. Dabei stehen Aspekte wie die Motivation der App-Entwicklung, die Zielgruppe und die spezifischen Anforderungen und Ziele der App im Vordergrund. Außerdem werden hier Hintergründe zum Stand der Wissenschaft und Technik sowie der aktuellen Relevanz erörtert. Im zweiten Teil werden das Konzept der App sowie deren inhaltliche Struktur detailliert beschrieben. Der abschließende dritte Teil thematisiert die Entwicklung des Designs und erläutert die gestalterischen Entscheidungen. Die Arbeit schließt mit einer Zusammenfassung, einem Ausblick auf zukünftige Entwicklungen und Überlegungen zur Weiterentwicklung der App ab.

# 2 Begriffserklärungen

## 2.1 Mobile Applikation

Smartphones sind aus dem heutigen Zeitalter nicht mehr wegzudenken, da die meisten Menschen der Welt ein mobiles Endgerät besitzen. Die Bedienung erfolgt hierbei hauptsächlich über mobile Applikationen, kurz genannt Apps, welche entweder bereits systemintegriert sind oder extern aus dem systemeigenen Store heruntergeladen werden können. Apps sind Anwendungen, die eine Software auf einem mobilen Betriebssystem bezeichnet.[1] Bei dem in dieser Arbeit ausgeführten Projekt handelt es sich um eine externe Applikation, die dem Nutzer als Leitfaden auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Leben dienen soll. Smartphones können mittlerweile fast allen unserer täglichen Bedürfnisse gerecht werden und werden auf Grund dessen auch oft als mobile Computer[2] bezeichnet. Sie erlauben Ihren Benutzern beispielsweise die Kommunikation mit Freunden und der Familie aufrecht zu erhalten, können zur Zahlung verwendet werden, dienen als Kamera, verwalten wichtige Daten und Dokumente, stellen eine Verbindung zum Internet her oder werden als Navigationssystem genutzt. Zu fast jedem Thema kann eine App heruntergeladen werden, die im entsprechenden Bereich unterstützt. Die meisten Apps sind hierbei auf wenige Funktionen begrenzt, damit die Nutzererfahrung für den Nutzer erleichtert wird.[3] Zusammenfassend haben sich Smartphones über mobile Apps zu einem täglichen Allround-Gerät etabliert, dass das Leben vieler bereichert und vereinfacht.

## 2.2 User Experience

*User Experience*, oder besser bekannt als UX, bedeutet Nutzererfahrung und umfasst jegliche Interaktionen zwischen Nutzern und Produkten, hauptsächlich im Webdesign. Zu den wichtigsten Eigenschaften eines erfolgreichen Nutzererlebnisses zählen die Nütz-

[1] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 835
[2] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 823
[3] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 835

lichkeit, die Auffindbarkeit der App-Inhalte, die Glaubwürdigkeit, die Zugänglichkeit, die Attraktivität und der Wert für den Nutzer. [4] Um diesen Eigenschaften gerecht zu werden, wird über verschiedene Analyse Systeme das Verhalten der Nutzer aufgezeichnet, ausgewertet und für die Weiterentwicklung verwendet. Ein Beispiel für die Speicherung der Daten sind Cookies. Ein UX-Artist beschäftigt sich also damit, eine Strategie zu entwickeln, die den Nutzer einfach und verständlich zu seinem Ziel zu führt.

## 2.3 User Interface

*User Interface*, kurz UI, bedeutet Benutzeroberfläche und umfasst alle gestalterischen Komponenten, die der Nutzer für den Gebrauch einer Website braucht. Hierbei unterscheidet man das Design je nach Gerätetyp. Jedes Gerät, beispielsweise ein Smartphone mit Touchscreen oder ein Laptop mit Maus und Tastatur, beansprucht unterschiedliche Funktionen. Benutzeroberflächen werden demnach individuell an diese Anforderung von einem *UI-Artist* angepasst. [5]

## 2.4 Prototyp

Ein Prototyp ist eine Vorschauansicht, beispielsweise für eine im Nachhinein zu entwickelnde App oder Website. Die Erstellung eines Prototyps steht im Arbeitsprozess vor der Entwicklung und eignet sich oftmals für User Research Tests (übersetzt Nutzer Recherche). Über diese Tests werden potenzielle Fehler oder Missverständnisse beim Kunden ermittelt und die erstellten Funktionsfähigkeiten getestet. Die Erstellung eines Prototypens trägt zur Kosteneinsparung bei, denn es werden unnötige Entwicklungsschritte der Softwarearchitekten verhindert und diese erst nach der finalen Ausarbeitung einbezogen. Prototypen können in Design Programmen wie Figma oder Adobe XD erzeugt werden.

---

[4] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 692 ff.
[5] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 691

# 3 Theoretische Grundlagen

## 3.1 Stand der Wissenschaft und Technik

Die Geschichte des Smartphones begann bereits in den 1990er Jahren. Zu dieser Zeit handelte es sich bei diesen Geräten um Mobilfunkendgeräte, die sich auf das Senden und Empfangen von Kurzmitteilungen begrenzten und rein zur Kommunikation dienten. Anfang der 2000er Jahre erweiterten sich die Dienstleistungen durch die Einführung des Internets in die mobilen Endgeräte und eröffneten erste Vermarktungsperspektiven für Medienangebote. Auch der Begriff *Mobile Media* tauchte zum ersten Mal auf und bezeichnet standortunabhängige mobile Medien, die eine besondere Form von Medienangeboten enthält. 2007 schaffte das erste Apple iPhone, präsentiert von Steve Jobs, den Durchbruch im Massenmarkt der *Handys* und *Smartphone* und läutete die sogenannte „Smartphone Ära" ein.[6] Dieses Gerät hatte die Fähigkeit, nicht mehr über Tasten, sondern per Touch bedient zu werden und war der Nachfolger der damaligen *PDAs – Personal Digital Assistants*. Mit der Einführung des iPhones wurden neue Maßstäbe zum Thema von App Gestaltung gesetzt, die sich bis heute weiterentwickeln.[7] Heutzutage gibt es eine Unzahl an Apps zu jedem erdenklichen Thema, die über Stores heruntergeladen werden können. Die Masse an Apps führt immer häufiger zu den Phänomenen der *App-Müdigkeit*. Darunter versteht man die Abwendung von Apps durch die hohe Anzahl der Apps und deren geringe Unterscheidbarkeit. Es ist schwierig, sich auf dem heutigen Markt durchzusetzen, denn die meisten Apps werden nach drei Monaten wieder deinstalliert und 21 % der Apps werden nur einmal verwendet. Umso wichtiger ist es, sich zu gut genug zu vermarkten, damit man nicht zu den Opfern der App-Müdigkeit zählt. Auch die *App Store Optimization* (ASO) ist dafür verantwortlich, dass die eigene App als Vorschlag im App Store selbst erscheint. ASO

[6] Christoph Kochhan und Alexander Moutchnik, *Media Management – Ein interdisziplinäres Kompendium, (*Wiesbaden: Springer Gabler, 2018), 823 ff.
[7] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 823 ff.

versucht dabei, die vom Algorithmus ausgegebenen Vorschläge zu beeinflussen, sodass die eigene App bei relevanten Suchbegriffen angezeigt wird. [8]

Den Inhalten der Apps sind mittlerweile kaum noch Grenzen gesetzt. Es besteht die Möglichkeit, sich über Systeme mit anderen Geräten zu koppeln und diese zu bedienen. So können bereits Nutzer in die Welt der *Augmented Reality* (AR) eintauchen oder ihren Fernseher von dem Smartphone aus bedienen. Unter AR versteht sich die Einbindung digitaler Elemente in eine reale Welt, die über die Ausgabe einer passenden AR-Brille oder eines Smartphones möglich ist. Sie haben die Optionen ihre Elektrizität in ihrem Haus über bestimmte Apps zu kontrollieren oder tätigen in kurzer Zeit eine Banküberweisung von zu Hause aus. Zu den momentan wichtigsten Technologien eines Smartphones zählen z. B. QR-Codes, Bluetooth, Mobilfunk oder WLAN. [9]

Heutzutage müssen zudem zahlreiche Vorschriften beim Konzipieren und Erstellen einer App eingehalten werden. Beispielsweise wird zwischen iOS und Android Apps unterschieden. iOS und Android bezeichnen die beiden gängigsten Betriebssysteme für Smartphones. Der Hintergrund dieser Vorschriften beruht auf den Nutzerfahrungen. Fallen bestimmte Apps aus der Norm, fällt es dem Nutzer schwer, sich zurechtzufinden oder gar die App zu bedienen. Somit sollte immer darauf geachtet werden, trotz eines einzigartigen Designs, die Regularien einzuhalten und somit das Interesse an der eigenen App zu fördern.

## 3.2 Aktuelle Relevanz

Die aktuelle Relevanz dieser App beruht auf dem bereits existierenden *Klimawandel,* der als Folge der *globalen Erwärmung* gilt. Es ist bekannt, dass die Temperatur auf unserem Planeten kontinuierlich durch verschiedenste Umweltverschmutzungen ansteigt, was sich auf den Eingriff der Menschheit in den natürlichen Treibhauseffekt zurückzuführen lässt. Seit Beginn der industriellen Revolution haben die Menschen zur Energiegewinnung Kohle,

[8] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 836
[9] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 829

später auch Erdöl und Erdgas, gefördert und verbrannt. Der dadurch erzeugte Kohlenstoff gelangt nun seit etwa 150 Jahren in Form von $CO_2$ in die Luft. Auch andere Eingriffe wie das Abholzen des Regenwalds setzen das Treibhausgas frei und führen zu einem sogenannten *Anthropogenen Treibhauseffekt*, besser bekannt als *menschengemachter Klimawandel*. Im Jahr 2022 betrug die Menge von Kohlendioxid in der Atmosphäre etwa 40 Milliarden Tonnen. [10]

Immer stärker werdende Umweltkatastrophen in Form von Extremwetterereignissen, wie Bränden, Stürmen und Überflutungen, sind dessen Folge. Auch das Schmelzen von Gletschern und arktischen Eiskappen führt zu einem kontinuierlichen Anstieg des Wasserspiegels und somit wahrscheinlich zu zukünftigen Überflutungen von Landmassen. Doch wer die aktuellen Nachrichten verfolgt, weiß, es wird bereits gehandelt, leider nur zu langsam und zu wenig [11]. Die *UN (Vereinten Nationen)* beispielsweise, haben sich in Form des *Pariser Klimaabkommens* am 12. Dezember 2015 auf der Weltklimakonferenz in Paris auf drei Hauptziele geeinigt, die zur Eindämmung des Klimawandels und zur klimafreundlichen Umgestaltung der Weltwirtschaft führen sollen. Diese sind:

1. Beschränkung des Anstiegs der weltweiten Durchschnittstemperatur
2. Senkung der Emissionen und Anpassung an den Klimawandel
3. Lenkung von Finanzmitteln im Einklang mit den Klimaschutzzielen [12]

Die Vereinten Nationen sind eine internationale Organisation aus 193 Mitgliedsstaaten, welche 1945 gegründet wurde. Sie widmen sich in Generalversammlungen aktuellen Problemen und erarbeiten Lösungen zum Wohl der Menschheit. [13]

---

[10] Christopher Schrader, Bundeszentrale für politische Bildung, https://www.bpb.de/themen/klimawandel/dossier-klimawandel/517115/klimawandel-die-gestoerte-balance/, (2023)
[11] Fridays for Future, https://fridaysforfuture.de/forderungen/, 2024
[12] Klimaabkommen von Paris, https://www.bmz.de/de/service/lexikon/klimaabkommen-von-paris-14602, 2015
[13] United Nations, https://www.un.org/en/about-us, 2024

Damit wir die Anstiegsgrenze von 1,5°C der Durchschnittstemperatur bis zum Jahr 2100 [14] nicht erreichen oder schlimmstenfalls überschreiten, muss nicht nur politisch und wirtschaftlich gehandelt werden, sondern jeder Einzelne muss im Privaten aktiv und bewusst handeln. Zahlreiche Organisationen arbeiten bereits stetig an einer Verhinderung der globalen Erwärmung und fördern durch Projekte den Klimaschutz. Klimastreik Bewegungen wie *Fridays for Future* sorgen für regelmäßige Anregungen besonders an die Politik und fordern, dass die Regierungen ihre Versprechen einhalten und uns allen eine krisenarme Zukunft ermöglichen. [15]

Mit Hilfe dieser App sollen die Menschen eine weitere Möglichkeit an die Hand bekommen, ihren Beitrag zur Verhinderung des Klimawandels zu leisten und sich dabei über viele Alternativen und Projekte für ihren Alltag zu informieren.

## 3.3 Motivation

Vor einigen Monaten entstand der Entschluss, einen aktiveren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten und den Alltag klimabewusster zu gestalten. Obwohl bereits einige Maßnahmen bekannt waren, die durch einfache Veränderungen im Alltag umgesetzt werden können, bestand der Wunsch, das Wissen zu vertiefen. Dabei stellte sich die grundlegende Frage, wie der Einstieg in dieses Thema am besten gelingt und wie der Zugang zu verlässlichen Ideen und Inhalten gefunden werden kann. Es wurde deutlich, dass viele Menschen den Wunsch teilen, mehr zum Klimaschutz beizutragen, jedoch oft an fehlenden Quellen und Ideen scheitern oder annehmen, dass Klimaschutz mit erheblichen finanziellen Aufwendungen verbunden ist. Aus dieser Erkenntnis heraus entstand die Idee, eine App zu entwickeln, die Informationen und Alltagstipps bündelt und für den täglichen Gebrauch zugänglich macht. Daraus entwickelte sich der Wunsch, möglichst viele Menschen von einem nachhaltigeren Leben im Alltag zu überzeugen oder bei bestehendem Interesse über Möglichkeiten zum Klimaschutz zu informieren. Mit der Konzipierung dieser App soll

[14] Klimaabkommen von Paris, https://www.bmz.de/de/service/lexikon/klimaabkommen-von-paris-14602, 2015
[15] Fridays for Future, https://fridaysforfuture.de/forderungen/, 2024

verdeutlicht werden, dass ein nachhaltiger Lebensstil nicht nur vorteilhaft für die Umwelt ist, sondern auch kostensparend sein kann, Kreativität fördert und Freude bereitet.

## 3.4 Anforderungen & Ziele

Ziel der App ist es, umfangreich zum Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz aufzuklären und zu informieren. Der Hauptfokus liegt dabei auf dem Thema Nachhaltigkeit im Alltag. *Klimaliebe* soll bei dem Nutzer eine starke Motivation und ein besonderes Interesse zum Beitrag am Klimaschutz hervorrufen. Über ein Belohnungssystem in Form von Überraschungen soll der Benutzer angeregt werden, seinen $CO_2$-Beitrag zu verringern und seinen Fortschritt dabei zu dokumentieren. Auch die tägliche Erinnerung an die Abholung eines Klimatipps zählt zu den Anforderungen der App und soll den Nutzer inspirieren. Ebenso ist es das Ziel, die Gestaltung ansprechend, freundlich, offen und farblich passend zu dem Thema zu halten. Dem Nutzer sollen die relevanten Informationen schrittweise vermittelt werden, sodass er nicht das Gefühl bekommt, mit zu viel Wissen überfordert zu werden.

Langfristig gesehen hebt sich die App durch ihre Vielfalt an Informationen, die Interaktionsmöglichkeiten und das Belohnungssystem ab. Es gibt schon zahlreiche andere Apps in der Kategorie Klimaschutz, doch keine enthält dieses Spektrum an Möglichkeiten, die für die App *Klimaliebe* bereits vorhanden und zukünftig geplant sind. Das Leitmotiv *Ino* spielt zudem eine sehr große Rolle, da die freundliche Art und das Aussehen den Nutzer mitreißen und die App präsent halten soll.

## 3.5 Zielgruppe

Die Zielgruppe lässt sich wie folgt definieren. [16]

**Zielgruppe:** alle Geschlechter, Alter 15-60
**Wohnort:** DACH-Region

[16] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 210.

**Familienstand:** ledige Personen, Paare, Familien
**Bildungsstand:** Schüler, Studenten, Auszubildende, Berufstätige
**Psychografische Merkmale:** Lebensstil unbewusst, Einstellung zum Klima verbesserungswürdig
**Verhaltensmerkmale:** hohes Kaufverhalten, niedriger bis mittelmäßiger Wissensstand zur Thematik Klimawandel
**Sinus Milieu:** Adaptiv-pragmatisches Milieu, Bürgerliche Mitte, Sozialökologisches Milieu, Traditionelles Milieu

Die Applikation soll zum einen Nutzer mit bereits vorhandenem Grundwissen zum Thema Umwelt, Klima und Nachhaltigkeit ansprechen, zusätzlich aber auch die untere und mittlere Mittelschicht erreichen. Grundsätzlich gilt: diese App ist für alle Menschen geeignet, die ein Interesse am Klima und an Nachhaltigkeit haben. Aus Altersgründen und wegen der Digitalisierung werden wahrscheinlich hauptsächlich die jüngeren Generationen auf die App aufmerksam. *Klimaliebe* soll mit verschiedenen Kategorien und Ansätzen überzeugen und möglichst viele Menschen auf breit gestreuter Ebene erreichen. Die Reichweite begrenzt sich vorerst auf die DACH-Region, jedoch besteht zukünftig die Möglichkeit einer weltweiten Verbreitung in englischer Sprache. Der Großteil der Zielgruppe soll über Social-Media-Kanäle wie Instagram, TikTok und Facebook erreicht werden. Zudem steigern Plakate und Flyer auf Berufsinformationsmessen und öffentlichen Veranstaltungen für Schüler, Studenten und Azubis die Erreichbarkeit, da diese oftmals auch durch ihre Eltern begleitet werden. Über QR-Codes werden diese dann direkt zum Download weitergeleitet. So werden nicht nur die jüngeren Personen angesprochen, sondern auch der ältere Teil der Zielgruppe.

# 4 Applikation

## 4.1 Technische Komponenten

Die Konzipierung der App erfolgte über die Programme Procreate, Adobe Illustrator, Figma und wurde durch Excel Dateien unterstützt. Procreate ist ein Zeichenprogramm und eignet sich im Kreativitätsprozess besonders zur Gestaltung von Entwürfen. Es wird auf dem iPad mit dem Apple Pencil bedient, wodurch der Kreativität sehr viel Freiraum gelassen wird. Um eine einheitliche, gamifizierte Darstellung zu erzielen, wurden einige der dort entstandenen Designs anschließend in Adobe Illustrator vektorisiert oder sind hier ganz neu entstanden. Vektorisieren beschreibt den Prozess, ein Rasterbild durch Pfade in ein grafisches und skalierbares Element umzuwandeln. Im letzten Schritt wurden die fertigen Elemente in Figma importiert und dort in das Appdesign integriert. Figma ist ebenfalls ein Grafikdesign Programm mit dem Schwerpunkt Webdesign.

## 4.2 Inhaltliche Struktur

Die Themeninhalte der App werden in fünf verschiedene Bereiche gegliedert, welche über die Menüleiste im unteren Bereich des Bildschirms erreichbar sind. Die Menüleiste (Abb. 2) ist eine statische Komponente, sodass sie beim Herunterscrollen stets zu sehen ist. Sie verändert sich optisch nur, wenn man die Seite wechselt und das dazugehörige Icon in der Farbe *Flamingo* dargestellt wird. Über die Seitenüberschriften im Header (Abb. 2) wird der Nutzer abgeholt und verliert dadurch nicht die Orientierung. Für die Startseiten und die „Profil“ Seite variiert die Darstellung des Headers, sodass diese mehr herausstechen und im Design inhaltliche Kontraste unterstreichen. Dabei wird die kurvige Art beibehalten, die Größe hingegen verändert sich und nimmt mehr Platz auf der Seite ein. Die Icons rechts und links neben der Seitenbezeichnung im Header sind individuell anpassbar und werden somit nach Bedarf den jeweiligen Seiten zugeordnet. Durch eine farbliche Zuordnung des Hintergrunds (Abb. 1) werden die fünf großen Kategorien und die Startbildschirme voneinander unterschieden. Damit soll bei der späteren Verwendung eine automatische Verknüpfung der Farbe mit der Kategorie entstehen und die Navigation so

vereinfachen. Über einen „Pfeil“ Button oben links kann die aufgerufene Seite wieder verlassen werden. Wahlweise kann dies auch über die Menüleiste geschehen.

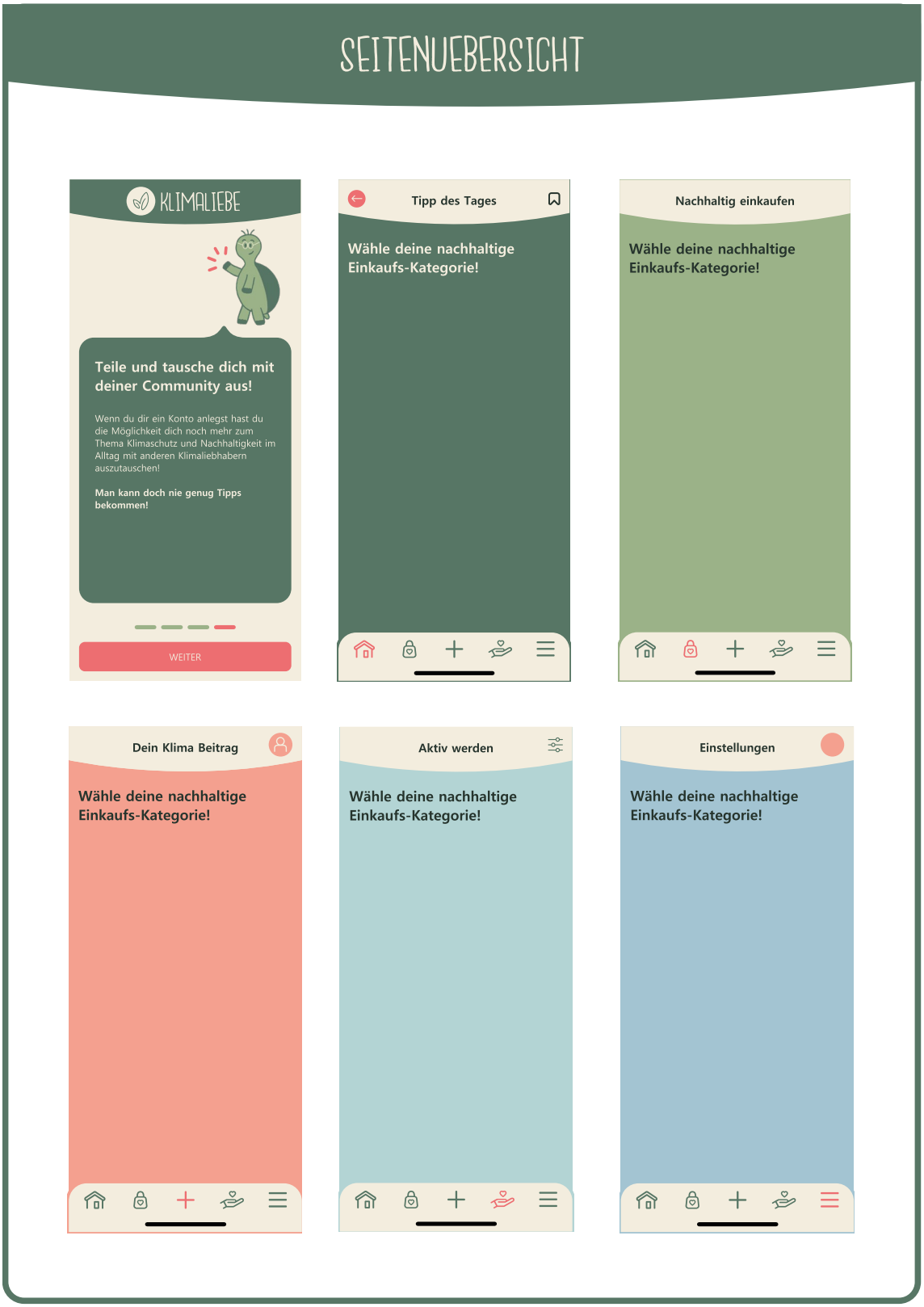



Abb. 1: Seitenübersicht

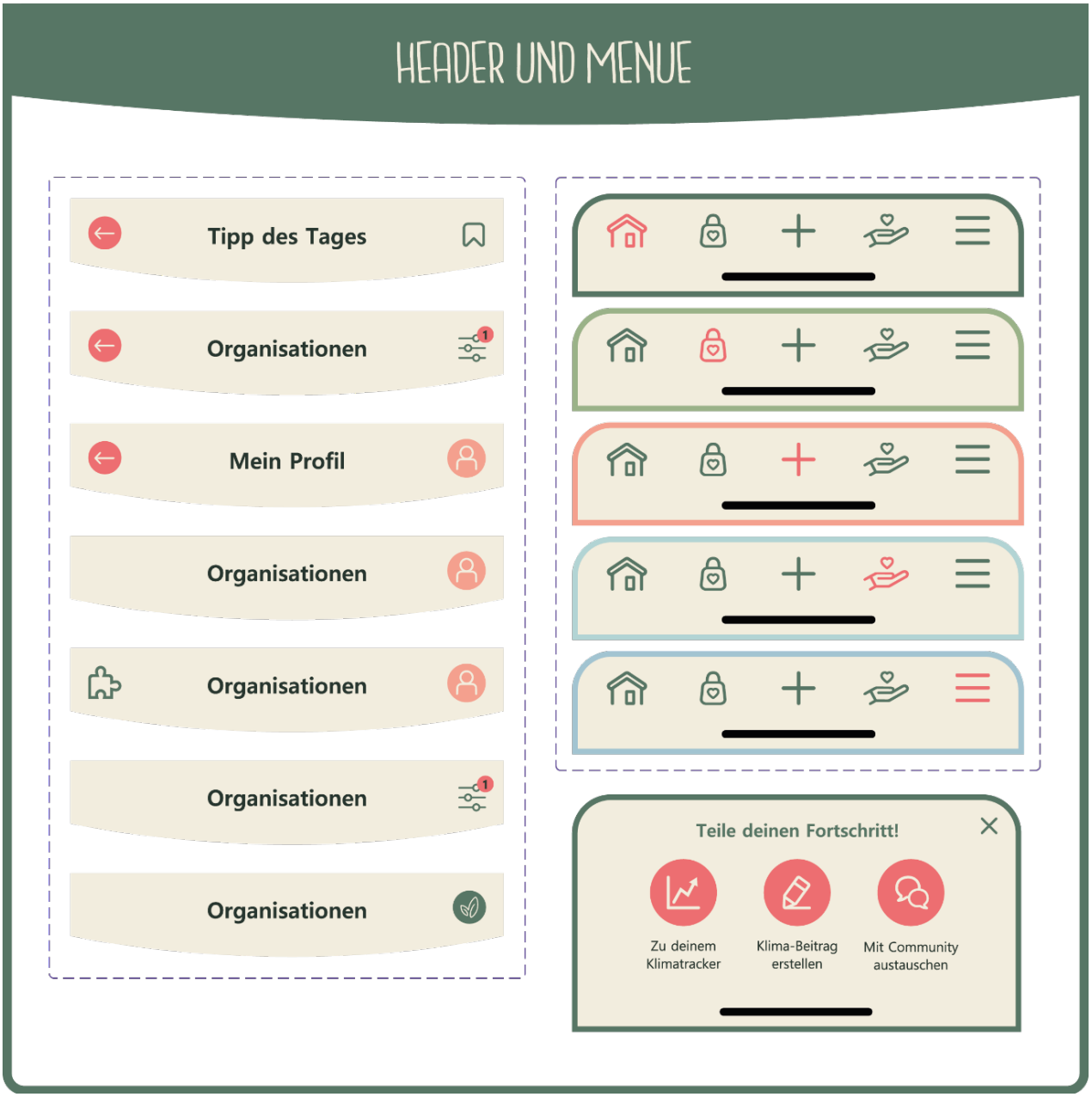



Abb. 2: Komponenten „Header und Menü“

### 4.2.1 App Start

Nach der Erstinstallation wird die App vom Nutzer über das App-Icon (Abb. 5) auf seinem Smartphone Screen geöffnet. Um für mehr Wiedererkennung zu sorgen, ist das App-Icon in denselben Farben wie das Logo gehalten. Anschließend erscheint ein hellgrüner Screen mit dem *Klimaliebe* Logo und einem passenden Slogan (Abb. 3 und 4). Die Aufmerksamkeit soll

hier auf dem *Klimaliebe* Logo liegen, damit es sich in das Gedächtnis des Nutzers einprägt. Daraufhin erscheint ein heller Bildschirm mit einem „Sprechblasen“ Element (Abb. 6-9), durch welches der Nutzer von dem Leitmotiv *Ino* begrüßt wird. Es erklärt kurz und knapp die wichtigsten Inhalte der App und versucht den Nutzer dadurch direkt zur Aktion anzuregen. Ino spricht den Nutzer per Du an, um eine persönliche Bindung zu schaffen. Ein Überspringen während der erstmaligen Begrüßung steht nicht zur Auswahl, damit sich der Nutzer ein paar Sekunden lang die Zeit nimmt, die App zu verstehen und daraufhin mit einem konkreten Ziel zu starten. In allen Begrüßungs-Abbildungen erwartet Ino den Nutzer freudig, was durch das visuelle Element von flamingofarbenen Sprenkeln angedeutet wird. Der Button mit der Aufschrift „Zur Startseite“ (Abb. 10) leitet den Nutzer zum Hauptbildschirm.



Abb. 5: App Icon




Abb. 4: Startbildschirm 1




Abb. 3 Startbildschirm 2




Abb. 6: Screen „Begrüßung Ino 1“




Abb. 7: Screen „Begrüßung Ino 2“




Abb. 8: Screen „Begrüßung Ino 3“




Abb. 9: Screen „Begrüßung Ino 4“




Abb. 10: Screen „Los geht’s“

### 4.2.2 Hauptbildschirm

Im oberen Drittel des Hauptbildschirms (Abb. 11-12) wird der Nutzer wieder von Ino angesprochen und beim ersten Öffnen begrüßt. Beim erneuten Öffnen der App und wenn bis dahin schon erste Beiträge gesammelt wurden, macht Ino ihn auf seinen bisherigen Fortschritt in Form von gesammelten Puzzleteilen und einer gesparten $CO_2$-Angabe aufmerksam (Abb. 13-14). Zudem erscheint es, als würde das Leitmotiv ein Puzzleteil in der Hand halten oder darauf hindeuten. Damit es dem Nutzer ins Auge springt, wurde das Puzzleteil auch hier mit den stilistischen Sprenkeln versehen und deutet damit das Belohnungssystem an. In den unteren zwei Dritteln besteht die Möglichkeit, mit Hilfe von fünf verschiedenen Komponenten, andere Seiten oder Kategorien zu erreichen. Diese folgenden Themen sind über den Hauptbildschirm erreichbar:




Abb. 11: Screen „Hauptbildschirm 1“




Abb. 12: Screen „Hauptbildschirm 1 mit Menü“




Abb. 13: Screen „Hauptbildschirm 2“




Abb. 14: Screen „Hauptbildschirm 2 mit Menü“




Abb. 15: Screen „Hauptbildschirm 2 Pop-Up“

1. **Pop-Up – Tipp des Tages abholen**

   Ein Pop-Up (Abb. 15), welches nach dem App Start über dem Hauptbildschirm erscheint, fordert den Nutzer auf, sich den aktuellen „Tipp des Tages“ abzuholen. Das Pop-Up rückt vorübergehend alle anderen Themen in den Hintergrund, sodass der Fokus vollständig auf dem Tipp des Tages liegt. Beim Klicken auf "Tipp abholen" erhält der Nutzer eine nachhaltige Idee zum Klimaschutz (Abb. 21) und wird dazu motiviert, aktiv zu werden. Wird das Pop-Up frühzeitig geschlossen, ohne zuvor den „Tipp des Tages“ abgeholt zu haben, erhält er auf den Seiten „Übersicht Tipp des Tages“ (Abb. 20) oder „Übersicht Aktionen“ (Abb. 16) weiterhin den Hinweis auf dessen Abholung.

## 2. Belohnungen sammeln

Der Button mit der Aufschrift „Sammle Belohnungen“ (Abb. 11-14) befindet sich im oberen Drittel des Hauptbildschirms und führt zu der Seite „Übersicht Aktionen“ (Abb. 16), die den Nutzer auf alle potenziellen Belohnungen aufmerksam macht. Diese Seite soll einen Überblick über weitere klimafreundliche Möglichkeiten in Form von „Aktionen“ für den Nutzer, bieten. Das Belohnungssystem wird in Kapitel 4.4 Belohnungssystem genauer erläutert. Wird eine Aktion in Form der „Puzzleteile sammeln“ Seite eingesammelt so erscheint am Ende ein „Erfolgs-Pop-Up“ bei dem Ino dem Nutzer zu seinem Beitrag gratuliert (Abb. 19).




Abb. 16: Screen *Übersicht Aktionen“




Abb. 18: Screen „Puzzleteile sammeln Anmeldung“




Abb. 17: Screen „Puzzleteile sammeln“

### 3. Zu deinen Klima Tipps

In diesem Bereich (Abb. 20) werden alle bereits geteilten Nachhaltigkeitstipps, die man sich über die das Pop-Up „Tipp des Tages“ (Abb. 15) abholen kann, gesammelt. Dadurch hat der Nutzer die Möglichkeit, die bisherigen Informationen eines „Tipp des Tages“ nachzulesen oder über das „Lesezeichen“-Icon im eigenen Profil zu speichern. Die einzelnen Tipps sind dann über das Anklicken des Pfeils in den schmalen Teasern erreichbar. flamingofarbene Sprenkel heben den Hinweis auf den nächsten Tipp optisch hervor und fungieren als Blickfang im Design.




Abb. 19: Screen „Aktions Pop-Up“




Abb. 20: Screen „Übersicht Tipp des Tages“

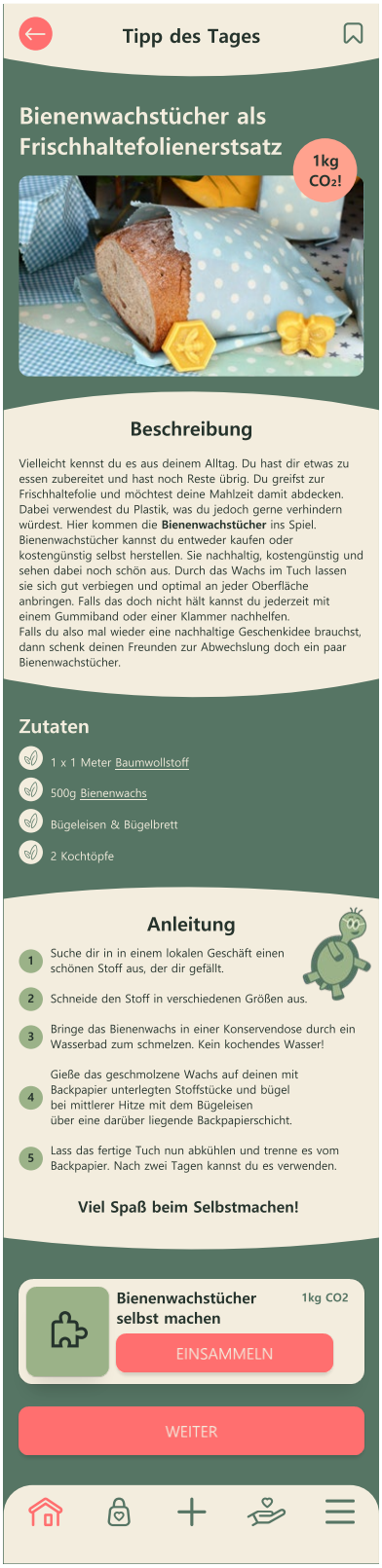



Abb. 21: Screen „Tipp des Tages“

4. **Einen Klima Beitrag erstellen**

   Über den Button „Klima Beitrag erstellen“ (Abb. 11-14) wird der Anwender auf eine der interaktiven Seiten weitergeleitet. Falls es noch nicht zur Erstellung eines Kontos gekommen ist, wird man dazu aufgefordert (Abb. 55), bevor man die angestrebte Seite erreicht (Abb. 25). Auf der Seite selbst kann der Nutzer nun einen „Klima Beitrag“ für den jeweiligen Tag erstellen. Diese Funktion ist nur einmal am Tag möglich, damit der Nutzer am Ball bleibt. Alternativ können sonst nur Aktionen von der „Aktionsseite“ (Abb. 16) eingesammelt werden, durch die man sich die Gesamtüberraschung schneller verdienen kann.

5. **Dein Klima Tracker**

   Nach dem Erstellen des „Klima Beitrags“ wird der Nutzer auf die Seite „Klima Tracker“ (Abb. 29) weitergeleitet, wo er seinen bisherigen Fortschritt zum Thema Klimaschutz vorfindet. Der Button „Zu Deinem Klimatracker“ führt daher genau zu dieser Übersicht.

6. **Deine Klima Community**

   Auch die „Klima Community“ (Abb. 32) zählt zu den „interaktiven“ Seiten und wird daher schon auf der Startseite hervorgehoben. Auf dieser Seite ist ein Austausch mit weiteren Klimaliebhabern, sowie das Teilen eines Beitrags, möglich. Als „interaktive“ Seiten werden alle Seiten mit orangenem Hintergrund bezeichnet, auf denen der Nutzer interaktiv an der App teilhaben kann.

7. **Erfahre mehr über Klimaliebe**

   Abschließend wird der Nutzer über einen schmalen Teaser zur Seite „Über Uns“ (Abb. 53) weitergeleitet. Ziel ist es, ihm einen Einblick in die Motivation und Vision hinter der App zu ermöglichen und ihn damit zu erreichen. Der Anwender soll nachvollziehen können, warum *Klimaliebe* wichtig ist und wie die App entstanden ist. Auf dieser Seite wird unter anderem das Team vorgestellt, wodurch ein weiteres Mal die persönliche Ebene vertieft wird.

### 4.2.3 Nachhaltig einkaufen

Der Navigationspunkt „Nachhaltig Einkaufen“ (Abb. 22) zeichnet sich durch die hellgrüne Farbe im Hintergrund aus. Hier werden verschiedenste Einkaufs-Tipps aus folgenden Kategorien vorgestellt: Lebensmittel, Kleidung, Hygiene und Technik. Weiterhin befindet sich ein dunkelgrüner Newsletter Teaser unterhalb der vier Icons. Dieser soll, wie der Name bereits andeutet, den Nutzer anregen, sich für einen zukünftigen E-Mail-Newsletter anzumelden. Der Newsletter dient der Überbringung weiterer nachhaltiger Tipps und Inspirationen. Um das kostenlose Newsletter-Abo zu erhalten, wird der Nutzer gebeten, seine E-Mail-Adresse in das dafür angelegte Feld einzutragen. Über die vier quadratischen Buttons im Stil des Hauptbildschirms werden die jeweiligen Unterseiten (Abb. 23) erreicht. Die Inhalte sind in gestalterischen Akkordeons verpackt, welche sich über einen Chevron Pfeil auf- und zuklappen lassen. Im geschlossenen Zustand kann man nur den ersten Satz der Informationen lesen. Im aufgeklappten Zustand erhält der Nutzer alle Informationen zu der jeweiligen Einkaufsmethode. Empfehlungen von Klimaliebe, sowie Verlinkungen zu weiteren Apps, Webseiten oder Partnern, folgen den allgemeinen Inhalten. Des Weiteren enthalten die Akkordeons ein „Lesezeichen“ Icon, sodass die für den Nutzer interessantesten Inhalte erneut unter dem eigenen Profil gespeichert und wieder aufgerufen werden können. Ein Filter im Header lädt dazu ein, die Inhalte nach Kategorien oder gespeicherten Inhalten zu sortieren.




Abb. 24: Komponente Untermenü




Abb. 23: Screen „Nachhaltig einkaufen“




Abb. 22: Screen „Kleidung“

### 4.2.4 Hinzufügen Button

Dieser Bereich umfasst den größten interaktiven Teil der App und zeichnet sich vor allem durch den orangefarbenen Hintergrund aus. Die Farbe Orange wird oftmals mit Aktivität verbunden und eignet sich demnach optimal für diesen interaktiven Bereich. Bei Berührung

des „+“ Icons im Menü wird als erstes ein Untermenü (Abb. 24) erzeugt, welches dem Anwender drei weitere Kategorien zur Auswahl stellt.

Das linke Icon mit der Darstellung eines Fortschritt-Graphens führt zu der Seite „Mein Klima Tracker“ (Abb. 29). Diese Seite beinhaltet den bisherigen Fortschritt im Klimaschutz, sowie die Motivation weiterhin Beiträge zu leisten und Belohnungen zu sammeln. Zudem erhält der Nutzer die Möglichkeit, seinen geteilten Beitrag mit der „Klima Community“ zu teilen. Dadurch bietet sich die Gelegenheit, sich mit anderen Nutzern auszutauschen und inspirieren zu lassen.

Über die Option einen „Klima Beitrag erstellen“ (Abb. 25), kann der Anwender täglich einen klimafreundlichen Beitrag hinzufügen, für den er zwei Puzzleteile als Belohnung erhält. Diese geleisteten Beiträge werden in einer Kalenderübersicht über die Klimaliebe Bildmarke in positiver Darstellung markiert. Der aktuelle Tag wird durch die Farbe Hellgrün im Schriftschnitt Bold gekennzeichnet. Die zukünftigen Kalendertage sind in der Textfarbe Dunkelgrün gehalten und fallen somit nicht direkt ins Auge. Voraussetzung für die Erstellung eines Beitrags sind das Ausfüllen der vorgefertigten Felder und das Hochladen eines Fotos. Über das erste Feld kann der Nutzer eine nachhaltige Kategorie aus-




Abb. 25: Screen "Mein Klima Beitrag"




Abb. 26: Screen „Mein Klima Beitrag Kategorien“

wählen (Abb. 26), der er seinen Beitrag am ehesten zuordnen würde. Beispiele hierfür können sein: Aktivität, Haushaltsprodukte selbst herstellen oder Lebensmittel. Zukünftig soll es möglich sein, Klimaliebe hierfür mit entsprechenden Apps zu verknüpfen. Eine Beispiel App dafür wäre *Strava*, welche Aktivitäten über Sportequipment aufzeichnet und speichert. So könnte der Nutzer beispielsweise sportliche Aktivitäten über diese App aufzeichnen und in Klimaliebe übertragen. Es ist von besonderer Wichtigkeit eine Referenz hochzuladen, damit das Erhalten von Belohnungen fair gestaltet ist und nicht ausgenutzt werden kann. Ziel ist es, sich seine Belohnungen wahrhaftig zu verdienen. Über den Button „Weiter“ erhält man anschließend in Form eines Pop-Ups (Abb. 27) das Puzzleteil, also die Belohnung für den jeweiligen Tag und sieht dabei, wie viel $CO_2$ man dadurch eingespart hat. Über den Button mit der Aufschrift „Schließen“ wird man dann zu seinem „Klima Tracker“




Abb. 29: Screen „Mein Klima Tracker“




Abb. 28: Screen „Mein Klima Tracker Pop-Up1“




Abb. 27: Screen „Mein Klima Tracker Pop-Up 2“

weitergeleitet. Möchte man im Nachhinein nochmal die einzelnen Puzzleteile begutachten, kann man als Nutzer einfach den jeweiligen Tag im Kalender anklicken, wodurch sich das Pop-Up (Abb. 28) für diesen Tag erneut öffnet.

Das letzte Icon mit der Unterschrift „Mit Community austauschen“ führt zu der Seite „Klima Community“ (Abb. 32).




Abb. 30: Screen „Klima Community Pop-Up”




Abb. 32: Screen „Klima Community“




Abb. 31: Screen „Mein Profil“

Die „Klima Community“ dient allen Nutzern der Klimaliebe App zum Austausch von nachhaltigen Informationen, Zielen oder Beiträgen, die sie durch die Verwendung der App erreicht haben. Die Beiträge können mit „Gefällt mir“ (Abb. 32) markiert, kommentiert und geteilt werden. Jeder Beitrag, den man als Nutzer mit „Gefällt mir“ markiert hat, kann auf dem eigenen Profil (Abb. 31) über einen Teaser mit der Aufschrift „Gefällt mir Beiträge“, (Abb. 36) erneut aufgerufen werden. Das Prinzip ist ähnlich wie bei der Speicherfunktion, jedoch bekommt der Nutzer des geteilten Beitrags zukünftig eine Rückmeldung, wenn ein Klimaliebhaber seinen Beitrag mit „Gefällt mir“ markiert hat.

In Form eines weiteren Pop-Ups (Abb. 30) wird der Nutzer zum Start der „Klima Community“ von dem Leitmotiv Ino begrüßt und dazu angehalten, freundlich und respektvoll mit anderen Anwendern umzugehen. Dieses Pop-Up erscheint einmalig, damit sich der Nutzer durch dessen Auftauchen nicht gestört fühlt. Anschließend kann anhand einer Scroll Bewegung die „Klima Community“ erforscht werden. Über die Filter Option oben rechts unterhalb des „Profil“ Icons kann nach Belieben sortiert werden. Zur Auswahl stehen dabei, ob man nach dem neuesten Beitrag oder dem beliebtesten Beitrag filtern möchte. Im Generellen bedarf die Nutzung der „Klima Community“ wieder der Registrierung (Abb. 57). Gleiches gilt für den „Klima Beitrag“ (Abb. 55) und den „Klima Tracker“ (Abb. 54). Es besteht also nicht die Möglichkeit, als Gast einen Beitrag




Abb. 33: Screen „Mein Profil Beiträge“

zu teilen, sondern der Nutzer ist verpflichtet, sich ein Profil zu erstellen. Über das Icon oben rechts in der „Klima Community“ hat der Nutzer die Möglichkeit, auf sein eigenes Profil zuzugreifen. Ein Beitrag kann über das Profil als auch über die Startseite der „Klima Community“ geteilt werden (Abb. 36). Klickt man auf den „Teilen“ Button, öffnet sich eine weitere Seite, die zum Verfassen eines Beitrags einlädt (Abb. 34). Dieser Beitrag kann entweder rein aus Text bestehen oder durch Bilder ergänzt werden. Auf der rechten Seite im Header des Profils (Abb. 33) findet der Nutzer ein kleines Zahnrad, das ihn zu den „Profileinstellungen“ (Abb. 50) führt. Im zweiten Drittel des Bildschirms findet der Anwender alle eigenen Beiträge, die er in der „Klima Community“ veröffentlich hat. Standardmäßig wird hier nur ein einzelner Beitrag angezeigt, während die anderen über einen Klick auf den Link „Mehr anzeigen“ präsentiert werden können. Wie bereits erwähnt, führen zwei Teaser zu den Seiten „Gespeicherte Beiträge“ (Abb. 35) und „Gefällt mir Beiträge“ (Abb. 36). Eine „Freunde finden“ Erweiterung ist bisher noch nicht angedacht, zählt aber unter anderem zu einem der Zukunftsgedanken der App Weiterentwicklung. Da sich durch eine „Freunde-Funktion“ oft

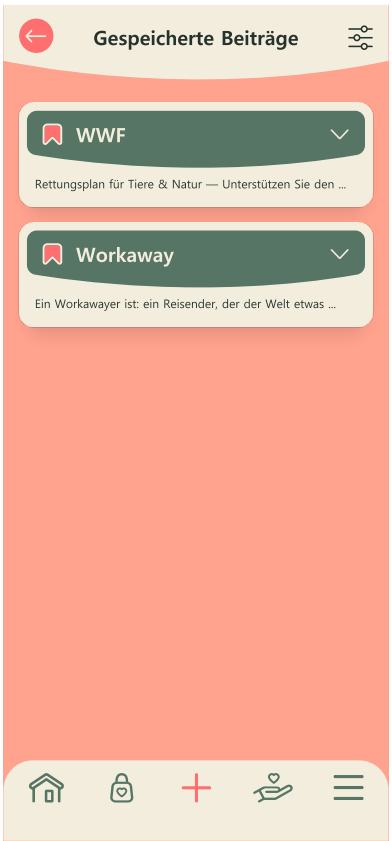



Abb. 35: Screen „Gespeicherte Beiträge“




Abb. 36: Screen „Gefällt mir Beiträge“




Abb. 34: Screen „Beitrag teilen“

schnell eine isolierte Bubble bildet, die den Community-Gedanken schwächt, wurde diese Funktion bisher nicht integriert. Der interaktive Bereich soll den Nutzer anregen, sich mit Klimaliebhabern auszutauschen und sich gegenseitig durch Klimatipps zu unterstützen. Dieser umfangreiche Chat soll nicht zu einer weiteren Social-Media-Plattform werden, sondern die Benutzer darin bestärken, dass sie in ihrem Bestreben für den Klimaschutz Mitstreiter haben.

### 4.2.5 Aktiv werden

In dem Navigationspunkt „Aktiv werden“ bekommt der Nutzer Informationen zu den Themen „Organisationen“ und „Freiwillige Projekte“ (Abb. 37). Die Seite zeichnet sich durch ihren




Abb. 37: Screen „Aktiv werden 1“




Abb. 38: Screen „Freiwillige Projekte“

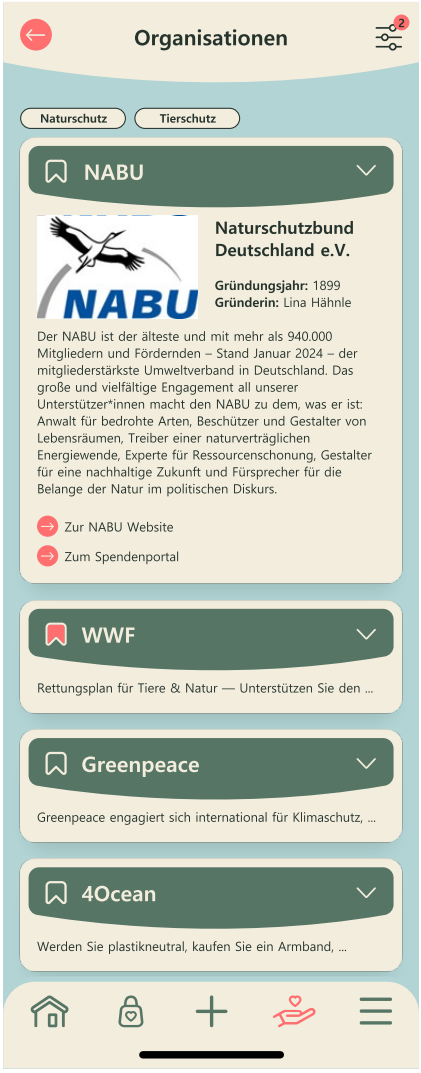



Abb. 39: Screen „Organisationen 1“

hellblauen Hintergrundton aus, welcher ruhig auf den Betrachter wirkt und dennoch kontrastreich ist. Auf der „Organisationen“-Unterseite (Abb. 39) informiert die App über bereits existierende Organisationen, die sich für die Themen Klimaschutz, Naturschutz und Tierschutz einsetzen. Dabei wird eine Organisation im selben Stil wie bei dem Navigationspunkt „Nachhaltig einkaufen“ (Abb. 23) über ein Akkordeon in das Design integriert. In wenigen Worten werden das Ziel und die Interessen der Organisation angeschnitten. Wurde das Interesse geweckt, kann der Nutzer über einen Link auf die jeweilige Organisations-Webseite weitergeleitet werden und sich im vollen Umfang alle Informationen dazu einholen. Ein zweiter Link unterhalb des Textes führt zu einem Spendenportal, das einen gewünschten Betrag an die jeweilige Organisation spendet. Alternativ kann der Betrag auf mehrere Organisationen und Projekte aufgeteilt werden. Im oberen Teil des aufgeklappten Akkordeons wird das jeweilige Logo der Organisation präsentiert, sodass eine Verbindung zum Namen entsteht. Zudem befindet sich im Header dieser Seite und der Unterseite erneut „Freiwillige Projekte“ die Option nach Kategorien oder Speicherungen zu filtern und somit den Interessen der Nutzer zu entsprechen (Abb. 40).

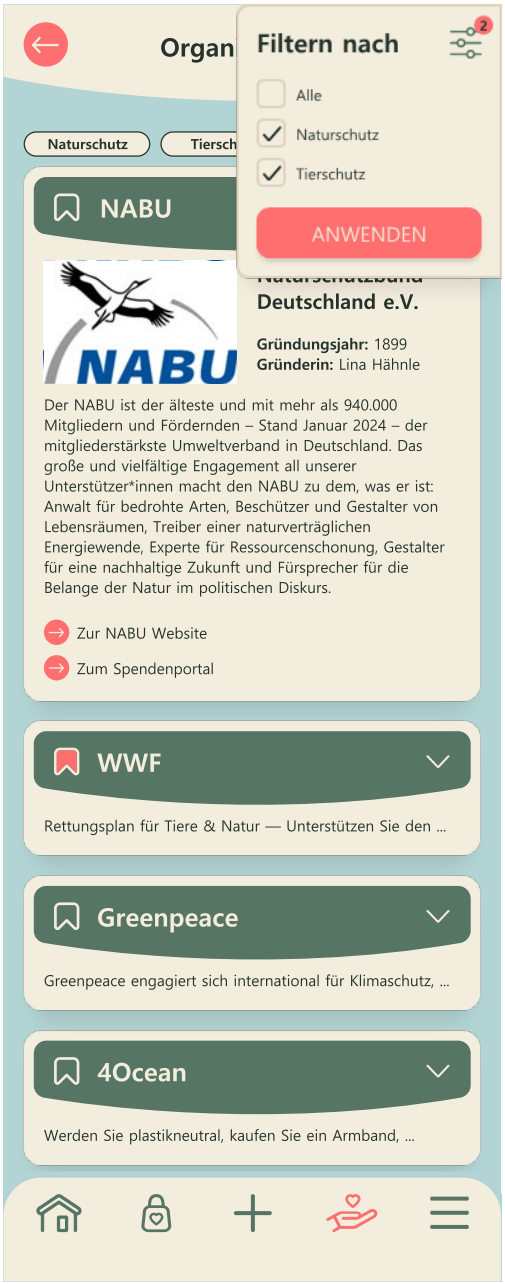


Abb. 40: Screen „Organisationen 2“

Das Thema „Freiwillige Projekte“ (Abb. 38) beinhaltet größere Plattformen oder Projekte, bei denen man sich freiwillig engagieren kann. Der inhaltliche Aufbau ist identisch zu dem der Organisationen, einzig die Verlinkungen zu den Seiten variieren. Für beide Themenbereiche werden vorerst Projekte und Organisationen im Raum Deutschland und Europa in Betracht




Abb. 41: Screen „Bewertung 1“




Abb. 42: Screen „Bewertung1 Hover“




Abb. 43: Screen „Bewertung 2“

gezogen. Ausnahmen sind jedoch Plattformen, die sich bereits auf internationaler Ebene bewegen und bei welchen es schwierig ist, nach Ländern oder Kontinenten zu trennen.

Auf der Seite „Aktiv werden“ (Abb. 37) gibt es ein weiteres Element, in dem der Nutzer um eine Bewertung der App gebeten wird. Die Bewertung erfolgt über das fünf Sterne Prinzip, welches eine Verknüpfung zum App-Store oder Play-Store ermöglicht. Die Bewertung der App wird in den beiden Stores auch für andere Nutzer sichtbar. Eine Erweiterung um zusätzliche Fragen ist in den Abbildungen 41-46 dargestellt.

### 4.2.6 Einstellungen

Der letzte Navigationspunkt führt zu dem „Einstellungen-Menü“ (Abb. 47) und ist durch eine mittelblaue Hintergrundfarbe zu erkennen. Auf der Seite „Einstellungen“ findet man sechs schmale Teaser, die zu weiteren Einstellungs-Unterseiten führen. Oben rechts befindet sich




Abb. 46: Screen „Bewertung 2 Hover“




Abb. 45: Screen „Bewertung 3“




Abb. 44: Screen „Bewertung Pop-Up“

das Profil Icon, worüber man die eigene „Profilseite“ (Abb. 31) erreicht. Voraussetzung dafür ist das Besitzen eines Kontos. Unangemeldet gelangt der Nutzer stattdessen zu einer Anmelde-Seite. Unter den sechs Teasern befindet sich ein Abmelde-Link, erkennbar durch den unterstrichenen Schriftschnitt. Besteht kein Konto, steht anstelle des Abmelde-Links ein Anmelde-Link.

Der erste Teaser führt zu der Seite „Profil“-Einstellungen (Abb. 50). In den Profileinstellungen findet man alle wichtigen und persönlichen Einstellungen, die beim Anpassen eines Kontos von Bedeutung sind. Der obere Teil bietet die Option das Profilfoto zu bearbeiten. Darunter kann festgelegt werden, ob es sich hierbei um ein privates oder öffentliches Konto handelt. Ein öffentliches Konto erlaubt anderen Klimaliebhabern den Besuch des Profils, sowie die Sichtbarkeit des Benutzernamens und dem Profilbild. Ein privates Konto schränkt diesen Zugriff ein. Das Teilen von Beiträgen ist zwar möglich, der Name wird jedoch durch ein „Anonym“ ersetzt. So ist der Beitrag für alle sichtbar, aber es ist nicht nachvollziehbar von

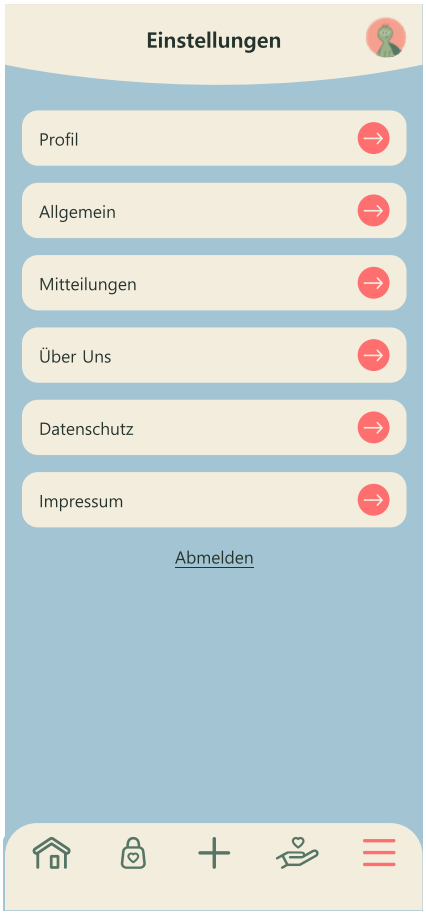



Abb. 47: Screen „Einstellungen“

wem er erstellt wurde. Auch der Klick auf das Profilbild führt bei einem privaten Profil ins Leere, da das eigene Profil so nur für den Nutzer selbst zugänglich ist.

Zu weiteren möglichen Einstellungen des Profils zählen der Name, der Benutzername, die E-Mail-Adresse und das Passwort. Über das „Stift“ Icon im Passwort Auswahlfeld kann das Passwort verwaltet werden. Es besteht die Option, Einstellungen in den Bereichen „Gefällt mir“, „Kommentieren“ und „Teilen“ festzulegen. Bei allen drei Kategorien kann über ein Drop-Down-Menü die Interaktion entweder für *jeden* oder für *keinen* freigegeben werden. Die Auswahl „Keiner“ deaktiviert die Interaktion durch andere Nutzer für alle geteilten Beiträge und die dafür vorhandenen Icons werden ausgeblendet. Bei der Auswahl „Jeder“ sind die Icons eingeblendet. Die Option „Teilen“ bezieht sich auf das Verbreiten innerhalb der Community. Weitere „Teilen“ Funktionen über andere Apps oder per Link werden zukünftig in Betracht gezogen. Als Letztes kann über zwei Secondary-Buttons das Konto gelöscht oder eine Abmeldung vorgenommen werden. Bei diesen beiden Optionen erscheint planmäßig eine erneute Nachfrage zu der gewählten Ausführung, damit sich der Nutzer nochmal der Entscheidung bewusst wird. Über den Button „Speichern“ aktualisieren sich alle vorgenommenen Änderungen und der Nutzer wird automatisch auf die Hauptseite der Einstellungen zurückgeführt.

Der nächste Teaser führt zu den „Allgemeinen“-Einstellungen (Abb. 49). Hierunter können die Sprache, die Textgröße, die Aktivierung eines Blaulichtfilters und die Standortaktivierung vorgenommen werden. Die Standortangabe ist aktiviert, wenn der Nutzer diese nach der Installation freigegeben hat. Es handelt sich dabei um eine systemeigene Anfrage, die jedoch mit der App verknüpft wird. Der Standort wirkt sich besonders auf die Empfehlungen in den Kategorien „Nachhaltig einkaufen“ sowie „Aktiv werden“ aus. Dadurch können

Empfehlungen aus der Umgebung an den Nutzer weitergegeben werden. Eine Standortangabe ist zukünftig auch für Beiträge innerhalb der „Klima Community“ denkbar.

Der dritte Teaser führt zu den „Mitteilungs“-Einstellungen (Abb. 48). Hierunter fallen alle Benachrichtigungen innerhalb oder außerhalb der App. Der Nutzer kann bestimmen, ob er Mitteilungen in Form von Pop-Ups, E-Mails oder zum „Tipp des Tages“ erhalten möchte. Zudem können Benachrichtigungen zu den Themen „Beitrag erstellen“, „Gefällt mir“ Angaben, Kommentare und Teilungen aktiviert oder deaktiviert werden. Alle Benachrichtigungen sind standardmäßig aktiviert.

Der vierte Teaser leitet den Nutzer zu der Seite „Über Uns“ (Abb. 53) weiter. Hier findet er alle Informationen zum Thema *Klimaliebe*. Angefangen mit einer kleinen Vorstellung von Ino

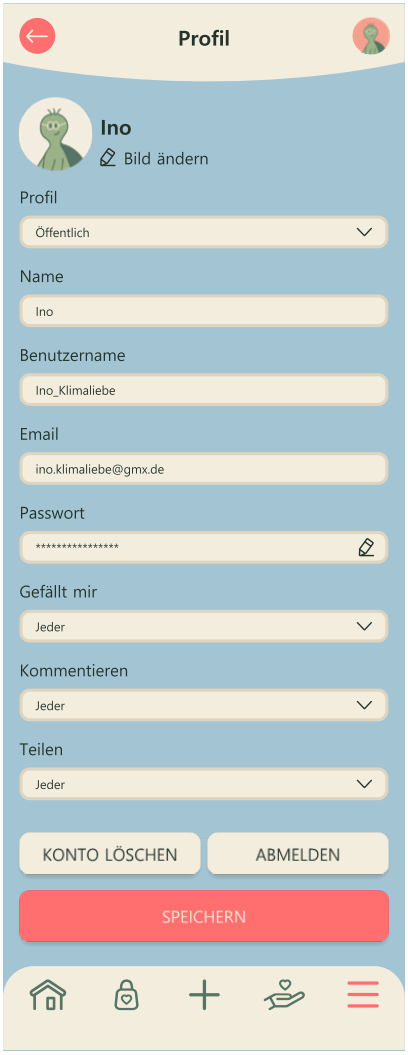



Abb. 50: Screen „Profileinstellungen“

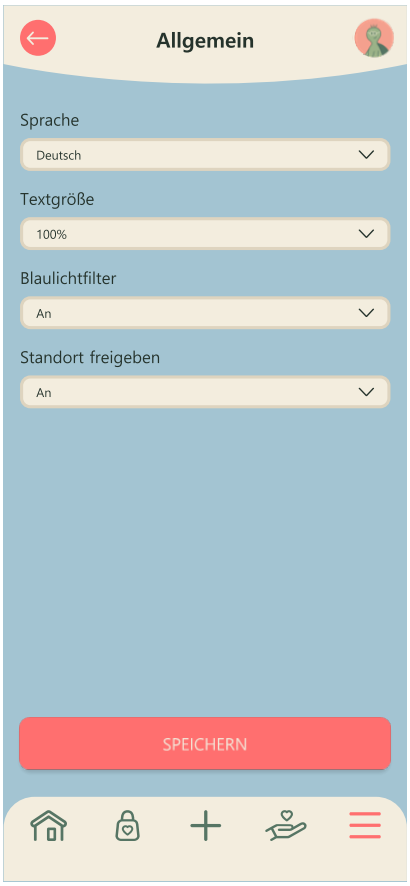



Abb. 49: Screen „Allgemein“

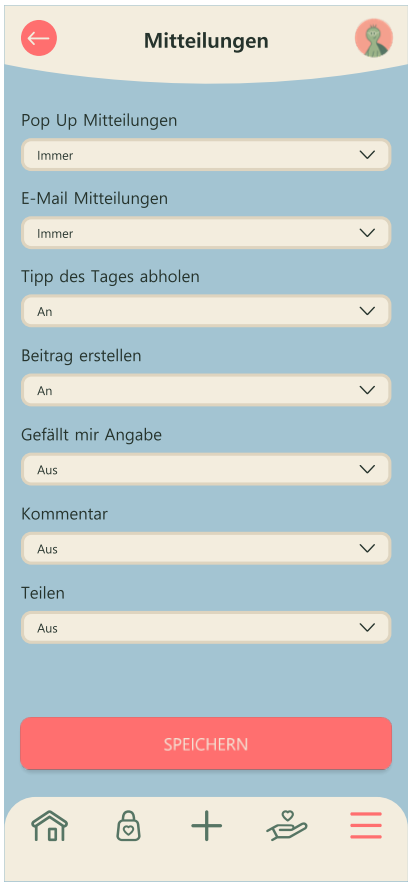



Abb. 48: Screen „Mitteilungen“

und der Konzipierenden, Tamina Van Massenhove. Darauf folgt die Motivation für die Gestaltung dieser App, die Vision und am Ende ein Dankeschön mit Hinweis auf eine zukünftige Webseite oder Social-Media-Kanäle.

Die letzten beiden Teaser der Einstellungsseite führen zu den rechtlichen Seiten „Datenschutz“ (Abb. 51) und „Impressum“ (Abb. 52). Hier befinden sich alle notwendigen Informationen, die für eine App dieser Art nötig sind.

## 4.3 Anmeldefunktion

Wie bereits in Kapitel 4.2.4 erläutert, gibt es für bestimmte Inhalte der App eine Anmelde-Funktion. Die betroffenen Inhalte der App sind über das „+“ Icon, also dem Hinzufügen Menüpunkt, erreichbar. Des Weiteren steht das Speichern von Inhalten der Kategorien „Tipp des Tages“, „Nachhaltig einkaufen“ und „Aktiv werden“ auch nur mit der Erstellung eines Kontos zur Verfügung (Abb. 54-57).

Durch das Erstellen eines Kontos kann im Nachhinein über Trackingsysteme analysiert werden, wie regelmäßig verschiedene Aktionen innerhalb der App genutzt werden. Es kann also eine detailliertere Auswertung der App Nutzung stattfinden. Wenn der Nutzer eine der anmeldepflichtigen Kategorien anwählen möchte, wird er auf eine Anmelde- und Registrierungsseite weitergeleitet. Ino stellt ihm hier die Vorteile einer Anmeldung oder Registrierung vor, welche in den unteren zwei Dritteln erfolgt. Nach der Anmeldung erreicht der Nutzer die Seite, die er zuvor anstrebte. Bei Interesse sich aus seinem Konto auszuloggen, findet man diese Option in den „Profileinstellungen“ (Abb. 50) oder über die „Einstellungen“ Hauptseite (Abb. 47). Zu den „Profileinstellungen“ gelangt man entweder über das eigene Profil (Abb. 33) oder über die fünfte Kategorie im Navigationsmenü, den „Einstellungen“ (Abb. 47).

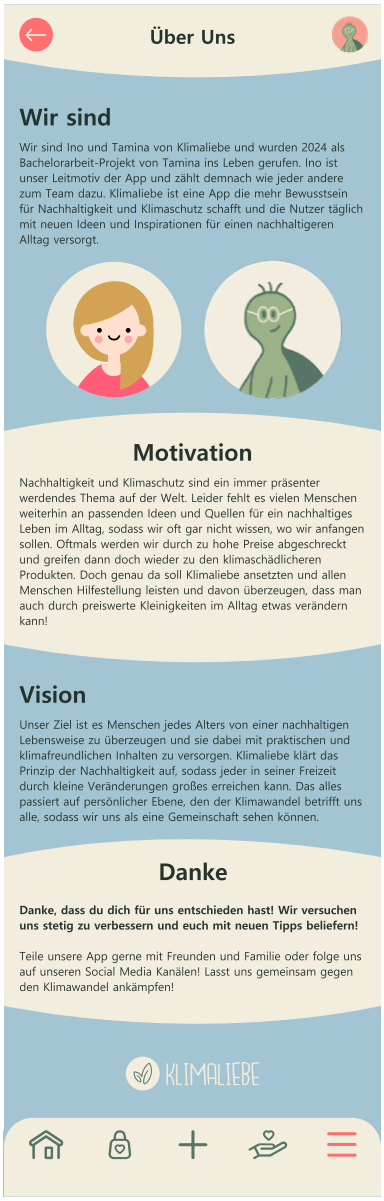



Abb. 53: Screen „Über Uns“

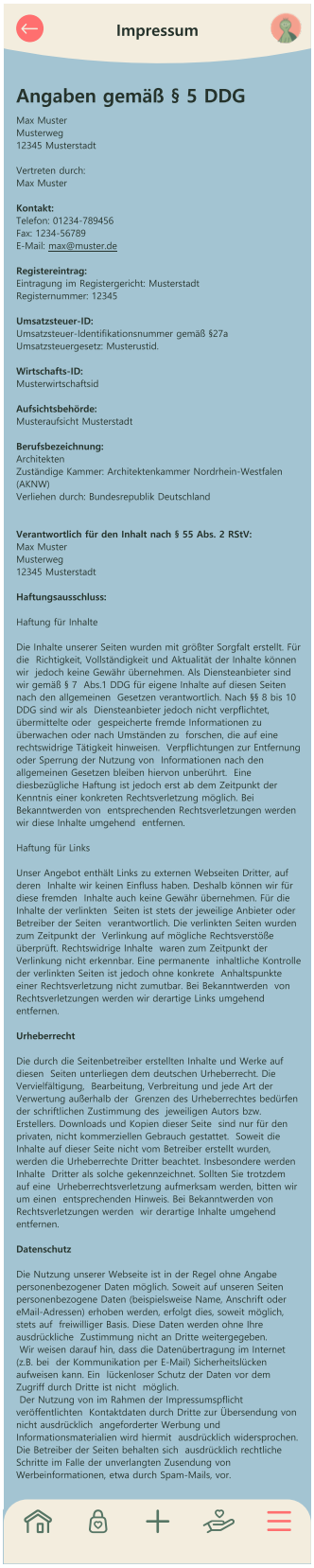



Abb. 52: Screen „Impressum“

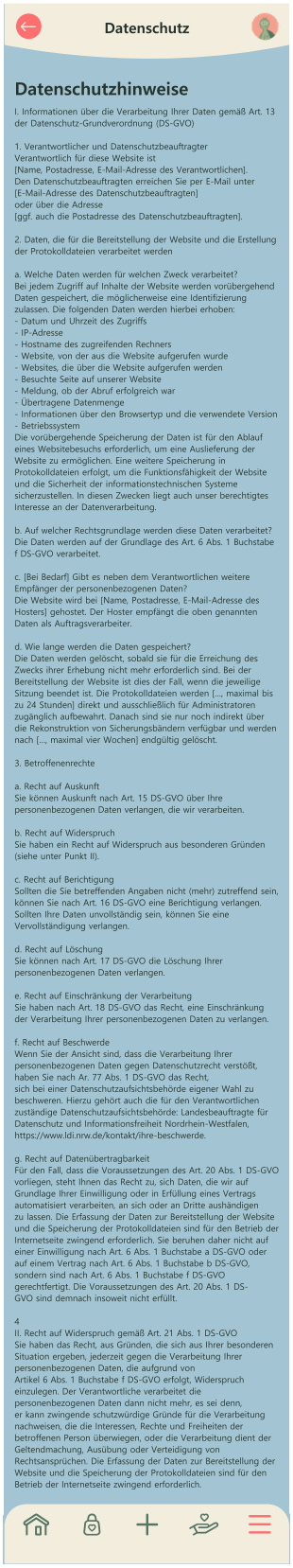



Abb. 51: Screen „Datenschutz“




Abb. 55: Screen „Anmeldung Klima Beitrag“




Abb. 54: Screen „Anmeldung Klima Tracker“

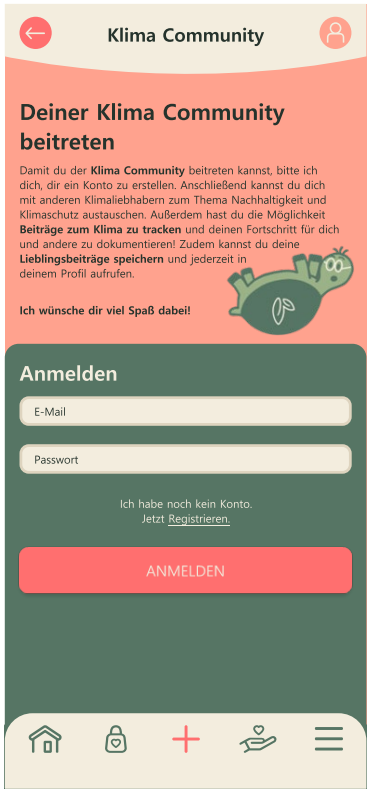



Abb. 57: Screen „Anmeldung Klima Community“

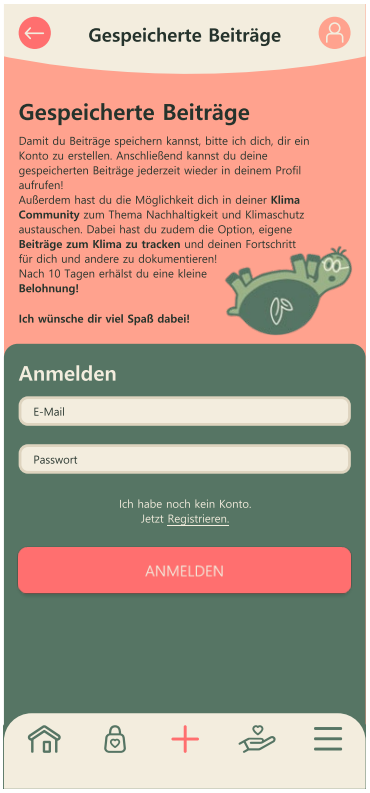



Abb. 56: Screen „Anmeldung Gespeicherte Beiträge“

## 4.4 Belohnungssystem

Über ein Belohnungssystem soll der Nutzer angeregt werden, sich interaktiv an der App zu beteiligen und diese nicht als reine Informationsquelle zu sehen. Die Belohnungen werden über Puzzleteile realisiert. Mit 15 gesammelten Puzzleteilen offenbart sich eine angekündigte Überraschung, die ein Gesamtbild der Puzzleteile darstellt. Bestehen kann sie beispielsweise aus einem Gutschein für einen nachhaltigen Sponsor, durch den sich die App Klimaliebe zukünftig zum Teil finanzieren kann. Die Sponsoren sind zum jetzigen Zeitpunkt weder festgelegt noch kontaktiert worden. Es handelt sich hierbei um eine theoretische und optimistische Zukunftsaussicht. Nachdem eine erste Überraschung erreicht wurde, besteht die Option weitere größere Überraschungen zu erhalten. Dafür muss der Nutzer jedoch kontinuierlich seinen Beitrag leisten. Die Menge der zu sammelnden Puzzleteile steigert sich dabei höchstens um eine Anzahl von 5-10.

Jeder tägliche Beitrag erbringt zwei Puzzleteile, sodass die Anzahl von 15 Puzzleteilen bereits nach 8 Tagen erreicht werden kann. Wem dies zu lange dauert, kann sich auch anderweitig Belohnungen erarbeiten. Die Seite „Übersicht Belohnungen“, welche über die Startseite oder den „Klima Tracker“ erreichbar ist, weist den Nutzer daraufhin, dass er sich weitere Puzzleteile erarbeiten kann. Dabei wird in die Ein-Puzzleteil- und Zwei-Puzzleteile-Kategorie unterschieden. Die Anzahl der Puzzleteile errechnet sich nach dem Aufwand und dem eingesparten $CO_2$-Gehalt beim Ausführen der Aktion. Besteht Interesse diese Puzzleteile einzusammeln, erreicht man die passende Beitragsseite über den dazugehörigen Button im Puzzle Teaser. Auf der Beitragsseite angekommen, können wie bei dem „Klima Beitrag“ (Abb. 25) die jeweiligen Informationen angegeben werden. Wichtig ist hier auch, dass der Nutzer eine Art Beweisfoto oder einen Beleg hochlädt, um für Fairness zu sorgen. Diese Aufforderung soll keinesfalls Druck auf den Anwender ausüben, sondern verifizieren, dass es sich hierbei um einen fairen, wirklich selbst erreichten Beitrag handelt. Im Nachgang wird dieser Beitrag von einer KI geprüft und freigegeben. Nachdem der Beitrag angegeben wurde, erhält der Nutzer die Puzzleteil-Belohnung in Form eines erscheinenden Pop-Ups, welches von Ino überreicht wird (Abb. 27).

Ziel dieses Belohnungssystems ist es, den Nutzer in erster Linie zu einem nachhaltigen Lebensstil zu motivieren. Das Belohnungssystem steht dabei im Vordergrund und wird auf dem Hauptbildschirm direkt oben kenntlich gemacht. Sobald der Nutzer ein Ziel vor Augen hat, wird sein Interesse und die Neugier an der App selbst geweckt. Das Wort Überraschung baut Spannung auf und führt dazu, dass sich der Nutzer länger mit der App beschäftigt. Aus diesem Grund wird auch regelmäßig auf den eigenen „Klima Beitrag“ hingewiesen und daran erinnert, sich zu beteiligen. Standardmäßig erhält der Nutzer dazu eine tägliche Erinnerung über eine Pop-Up Meldung.

## 4.5 Thematische Inhalte

Die zu konzipierende App soll als Leitfaden für mehr Nachhaltigkeit im Alltag dienen. Tägliche Tipps informieren den Nutzer über Klimaschutz-Maßnahmen, welche ohne hohe Kosten und viel Aufwand umzusetzen sind. Im Folgenden werden die einzelnen Inhalte aufgeschlüsselt. Die Kategorien überschneiden sich teilweise mit denen des „Tipp des Tages“. Damit sich keine Inhalte doppeln, überprüft, aufbereitet und speichert ein Programm im Hintergrund alle Inhalte.

### 4.5.1 Nachhaltig einkaufen und sparen

Über diesen Bereich erfährt der Nutzer relevante Informationen, die den Konsum von Produkten nachhaltiger gestaltet. Es wird dabei in vier Kategorien unterteilt: Kleidung, Hygiene, Lebensmittel und Technik (Abb. 23).

Die erste Kategorie „Kleidung“ informiert über alternative Lösungen zu der Fast Fashion Industrie. Second-Hand-Shops, Flohmärkte aber auch verschiedene Apps werden als nachhaltige Lösungen vorgestellt. Dabei kann der Nutzer über geeignete Links auf lokale Geschäfte oder zu den Apps selbst weitergeleitet werden. Unabdingbar ist die Verwendung des Standortes. Bei Deaktivierung des Standortes erhält der Nutzer nur standortunspezifische Links, die jedoch trotzdem hilfreich für die weitere Nutzung sein können.

Die zweite Kategorie bedient die Hygiene Themen. Es folgen allgemeine Aufklärungen zum Thema Mikroplastik in Hygieneprodukten, Recyclingalternativen und wiederverwendbare Produkte beispielsweise im Bereich der Menstruation bei Frauen. Auch krebsfördernde Stoffe stehen im Vordergrund der Aufklärung. Weitere Inhalte sind Putzmittel jeglicher Art, die oftmals mit Anleitungen zum Selbstmachen, sogenannte DIYs, verknüpft sind.

Im Bereich der Lebensmittel erhält der Anwender Informationen zu lokalen Initiativen zur Lebensmittelrettung, bei denen überschüssige Lebensmittel gespendet oder abgeholt werden können. Die App zeigt außerdem saisonale Rezepte, die auf regionalen und nachhaltigen Zutaten basieren und hilft dabei, den ökologischen Fußabdruck der eigenen Ernährung zu minimieren. Auch Tipps im Bereich Haltbarkeit und Lagerung stehen bei den Lebensmitteln ganz oben. Diese Informationen sollen helfen, den Lebensmitteleinkauf besser zu planen und so die Verschwendung von Lebensmitteln zu vermeiden. Langfristig zielt die App darauf ab, das Bewusstsein für den Wert von Lebensmitteln zu schärfen und zu zeigen, wie einfach es sein kann, durch kleine Veränderungen im Alltag einen positiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

### 4.5.2 Organisationen und Freiwillige Projekte

Die App *Klimaliebe* bietet in der Kategorie „Aktiv werden“ (Abb. 37) eine umfassende Übersicht über verschiedene Initiativen, die sich für Klimaschutz und Nachhaltigkeit einsetzen. Hier finden interessierte Nutzer eine sorgfältig ausgewählte Liste von Organisationen und Projekten, die sowohl lokal in der DACH-Region als auch in speziellen Fällen global aktiv sind. Zu jeder vorgestellten Organisation gibt es eine kurze Beschreibung sowie einen direkten Link zur jeweiligen Website, sodass man sich schnell und unkompliziert weiter informieren kann. Für diejenigen, die über die reine Information hinaus aktiv werden möchten, bietet die App zudem einen Spendenlink, der zu einer Seite führt, auf der man die vorgestellten Projekte finanziell unterstützen kann. Dies ist eine hervorragende Möglichkeit, den eigenen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, auch wenn man vielleicht nicht die Zeit hat, sich selbst aktiv zu engagieren.

*Klimaliebe* richtet sich damit an Menschen, die sich tiefer mit den Themen Klimaschutz und Nachhaltigkeit auseinandersetzen wollen und auf der Suche nach Möglichkeiten sind, ihre Unterstützung direkt und wirkungsvoll einzubringen. So bietet die App nicht nur praktische Alltagstipps, sondern auch die Möglichkeit, langfristig etwas zu bewirken und Teil einer größeren Bewegung zu werden.

| **Organisationen** | **Projekte** |
|---|---|
| NABU | Plattform Wwoofing |
| The Ocean Cleanup | Plattform Workaway |
| Greenpeace | Freiwilliges Soziales Jahr - FSJ |
| Robin Wood | Plattform Service Civil International |
| Deutscher Naturschutzring | Go Volunteer |
| Die deutsche Umwelthilfe | German Volunteer |
| Bund für Umwelt und Naturschutz | Freiwilligenarbeit |
| Green Forest Fund | weltwärts |
| Ocean care | AIFS Educational Travel |

Tabelle 1: Sammlung erster Organisationen und Projekte

### 4.5.3 Tipps und Tricks für den Alltag

Um den Anwender zu überzeugen und zur Eigeninitiative zu motivieren, stellt die App ihm täglich praktische Tipps und Tricks für den Alltag bereit. Diese Tipps kombinieren die Inhalte der bisherigen Kategorien, wobei darauf geachtet wird, Wiederholungen zu vermeiden.

Die Tipps sind so gestaltet, dass sie leicht zu Hause umgesetzt werden können und dem Anwender helfen, seine Lebensweise nachhaltiger zu gestalten. Damit sich diese von den

zugänglichen Kategorien unterscheiden, stehen hier vor allem Rezepte mit Anleitungen zum Selbstmachen im Vordergrund. Besonderes Augenmerk liegt auf den Kosten, da hohe Preise viele Menschen dazu veranlassen, sich für weniger umweltfreundliche Alternativen zu entscheiden.

Beispiele für Rezepte sind das Herstellen von Bienenwachstüchern oder die Zubereitung von umweltfreundlichem Spülmittel, die Herstellung von Blumendünger aus Lebensmittelresten und das Fermentieren von Lebensmitteln zur Verlängerung der Haltbarkeit. Ein großer Fokus liegt außerdem auf Anleitungen zur richtigen Lagerung von Lebensmitteln, die kurz vor dem Verfallsdatum stehen. Der Nutzer erfährt, wie er Lebensmittel durch verschiedene Methoden, z. B. das Einfrieren, Einkochen oder Trocknen länger haltbar machen kann. Auch das kreative Verarbeiten von Resten zu neuen Gerichten wird thematisiert, um Lebensmittelverschwendung zu reduzieren.

| Lebensmittel | Kleidung | Hygiene | Technik | Anleitungen |
|---|---|---|---|---|
| Unverpacktläden | Vinted | Periodenunter-wäsche | Blablacar | Spülmittel selbst herstellen |
| Foodsharing | Second Hand Läden | Menstruations-tassen o.ä. | Unidays | Waschmittel selbst herstellen |
| TooGoodToGo | Flohmärkte | Rasierhobel | Backmarket | Bienenwachs-tücher selbst machen |
| Rette mich Tüten | Kleidertausch-partys | Festes Shampoo | Refurbed | Hochbeet bauen |
| Hello Fresh | Kleinanzeigen | Feste Seife | Swappie | Kerzen ziehen |
| Supermarkt Coupons | Stoffbeutel | Wiederver-wendbare Ohrstäbchen | Rebuy | Lauch / Porree nachwachsen lassen |

| Lebensmittel | Kleidung | Hygiene | Technik | Anleitungen |
|---|---|---|---|---|
| Sodastream | Häkeln / Stricken lernen | Waschbare Windeln | Studenten-rabatt.com | Tee selbst machen |
| Etepetete | | Spülmittel selbst herstellen | Thermostate | Gemüsebrühe selbst herstellen |
| Brotdosen | | Recyclingpapier kaufen | Suchmaschine Ecosia | |
| Gemüse und Obstnetze | | | Zeitschaltuhr WLAN | |
| Saisonal einkaufen | | | Weitere Stromspar-maßnahmen | |
| Essen einfrieren | | | | |
| Essen einkochen | | | | |
| Lokal einkaufen (Bauern) | | | | |
| Aufklärung MHD | | | | |
| Aufklärung Vegan / Vegetarisch | | | | |
| Koro | | | | |
| Richtige Lagerung | | | | |

Tabelle 2: Sammlung Tipps

## 4.6 Finanzierung

Das Ziel der App-Entwicklung besteht darin, Partnerschaften mit verschiedenen klimafreundlichen Unternehmen einzugehen, die darüber hinaus aktiv von Klimaliebe unterstützt werden. Dies kann in Form von Sponsoring geschehen, sodass die Finanzierung der App dadurch unterstützt wird. Zum jetzigen Zeitpunkt existieren noch keine Partnerschaften, sodass die Kosten bei der konzipierenden Person liegen und vorerst ohne Unterstützung getragen werden. Eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Partnerunternehmen könnte nicht nur die finanzielle Stabilität des Projekts sichern, sondern auch die Reichweite der App erheblich erhöhen. Durch die Einbindung klimafreundlicher Unternehmen wird zudem die Nachhaltigkeitsstrategie der App unterstrichen. Die Partnerschaften bieten die Möglichkeit, von den Ressourcen und dem Fachwissen der Unternehmen zu profitieren, um die App weiterzuentwickeln. Das Schalten von Werbeanzeigen wird nicht in Betracht gezogen, da es den Lesefluss stört und viele Nutzer allgemein abschreckt.

# 5 Gestalterische Ausarbeitung

Die App präsentiert sich insgesamt in einem freundlichen und einladenden Design. Die natürlichen Farbtöne erzeugen eine angenehme Atmosphäre, die den Nutzer anspricht. Ergänzt wird dies durch eine intuitive Benutzeroberfläche, die eine einfache Navigation ermöglicht. Die klare Struktur der App sorgt dafür, dass sich der Nutzer schnell zurechtfindet und alle Funktionen mühelos entdecken kann. Zusätzlich unterstützen die Einbringung des Leitmotivs und visuelle Akzente die Benutzerfreundlichkeit und verleihen der App eine frische und leicht verspielte Ausstrahlung.

## 5.1 Entwicklungsprozess

Der Entwicklungsprozess dieser wissenschaftlichen Arbeit fand über den Gesamtzeitraum von 10 Wochen statt. Die ersten Ideen und Inspirationen wurden in einem Moodboard (Abb. 58) festgehalten und schrittweise durch den Strukturaufbau der App ergänzt (Abb. 58). Der Designprozess startete mit der Entwicklung des Logos (Abb. 61). und der Namensfindung (Abb. 63). Erste Farbkombinationen (Abb. 60), Schriften (Abb. 61) und die Recherche nach naheliegenden Inspirationen folgten dem und ergänzten es durch erste Zeichnungen des Leitmotivs (Abb. 80) und den gestalterischen Aufbau der App. Der Designprozess wurde bewusst frühzeitig eingeleitet, um die Inhalte und das Design von Anfang an aufeinander abzustimmen. Erste Entwürfe des App Designs entstanden in der Zeichensoftware Procreate, folgten jedoch schnell der erweiterten Erstellung in Figma. Aufgrund neu entwickelter Inhalte und zahlreicher konstruktiver Rückmeldungen zum Design wurde die Struktur kontinuierlich angepasst. Nach Abschluss dieser Anpassungen wurde das Design finalisiert und die Komponenten erzeugt. Eine Arbeitsweise basierend auf Komponenten sorgt für ein konsistentes und harmonisches Design und unterstützt einen reibungslosen Arbeitsablauf.

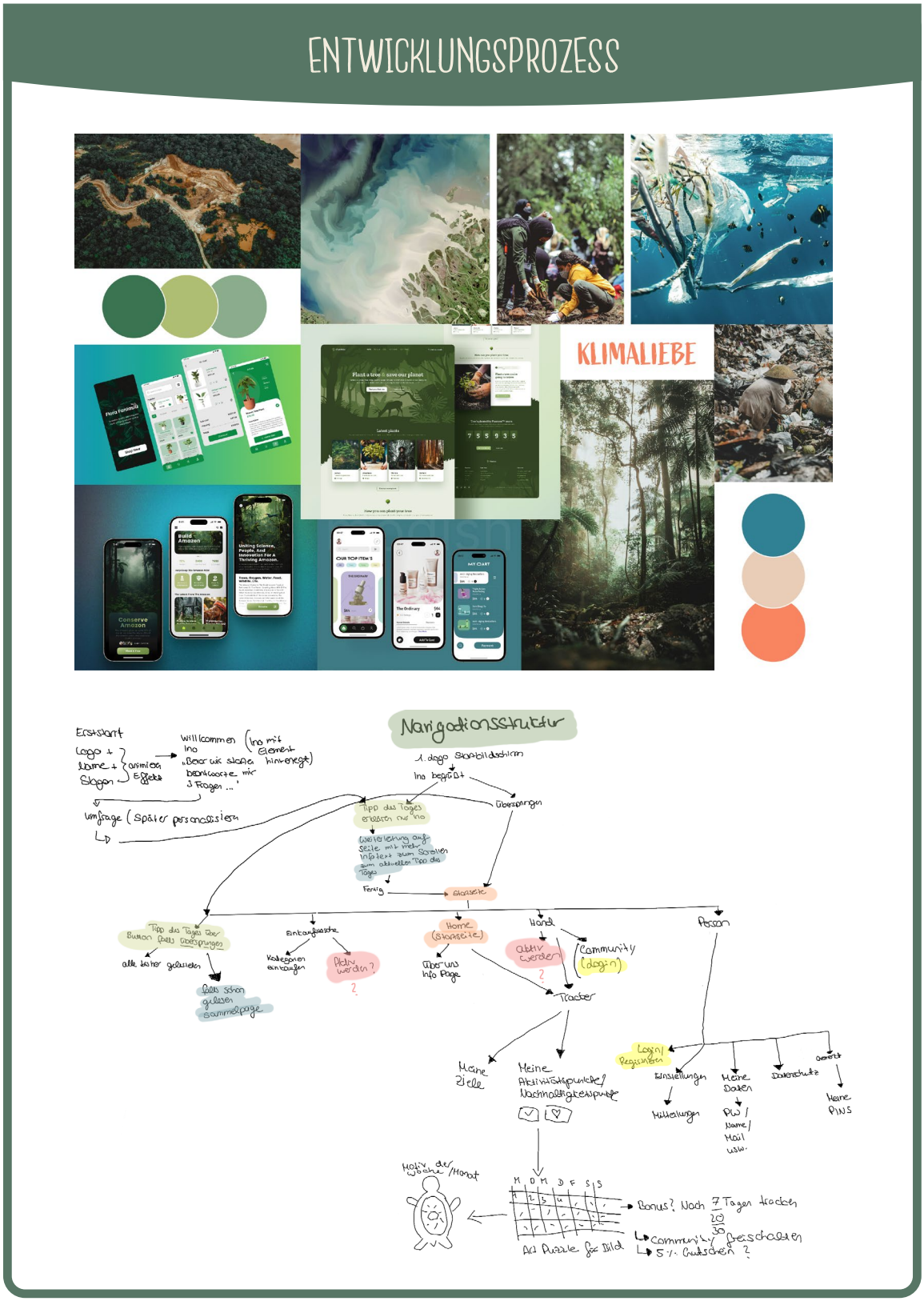



Abb. 58: Entwicklungsprozess 1

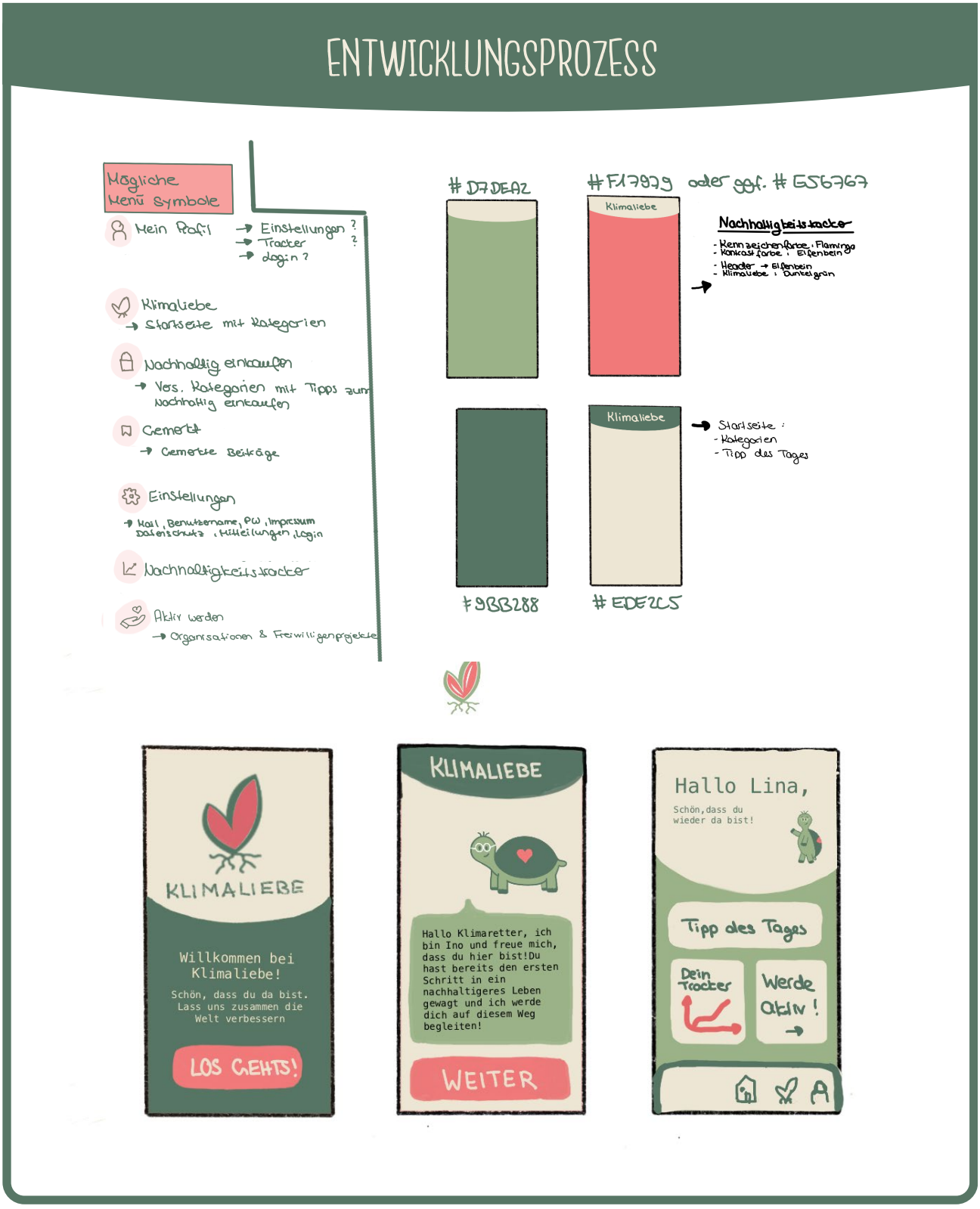



Abb. 59: Entwicklungsprozess 2

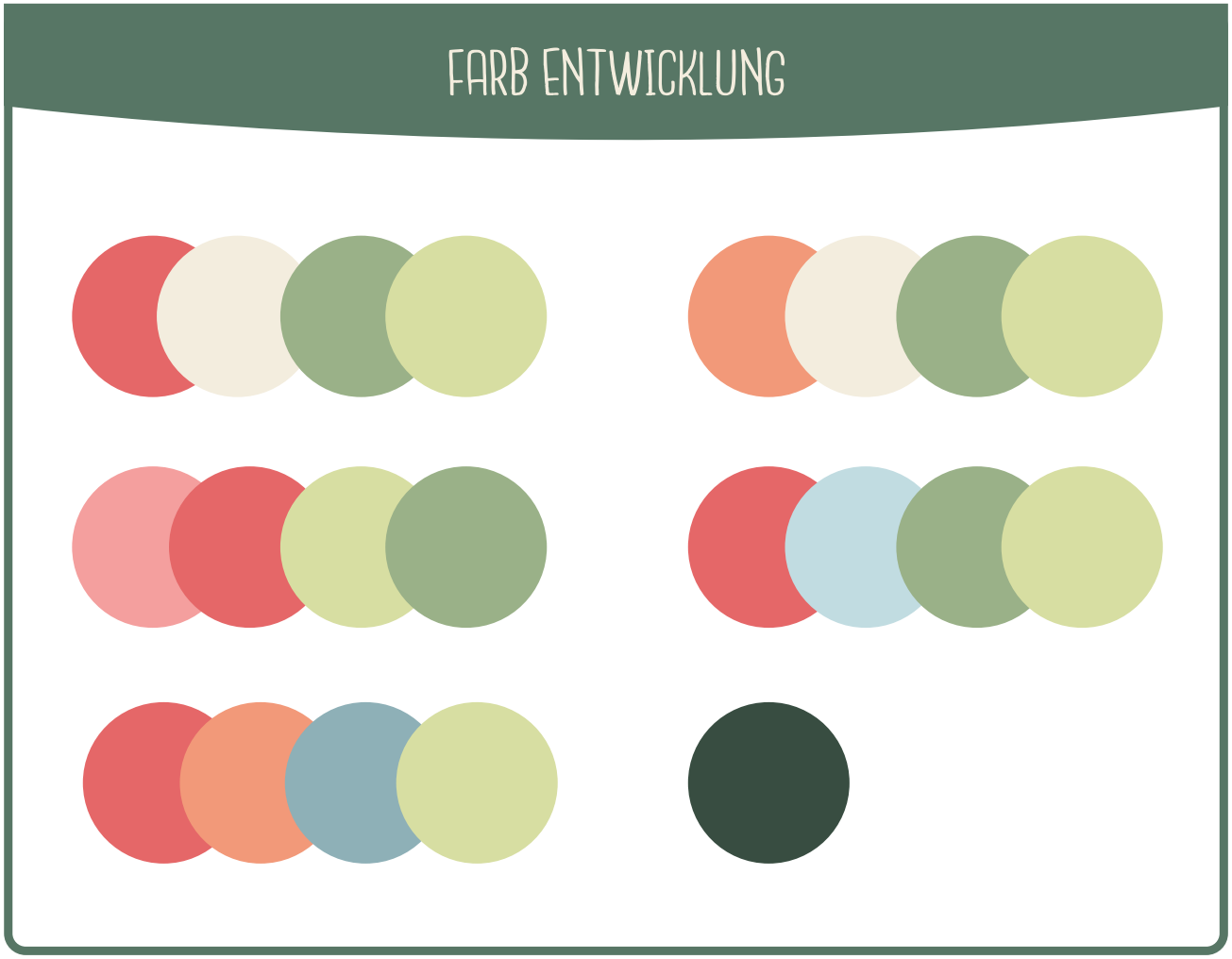



Abb. 60: Farb Entwicklung




Abb. 61: Logo Entwicklung 1

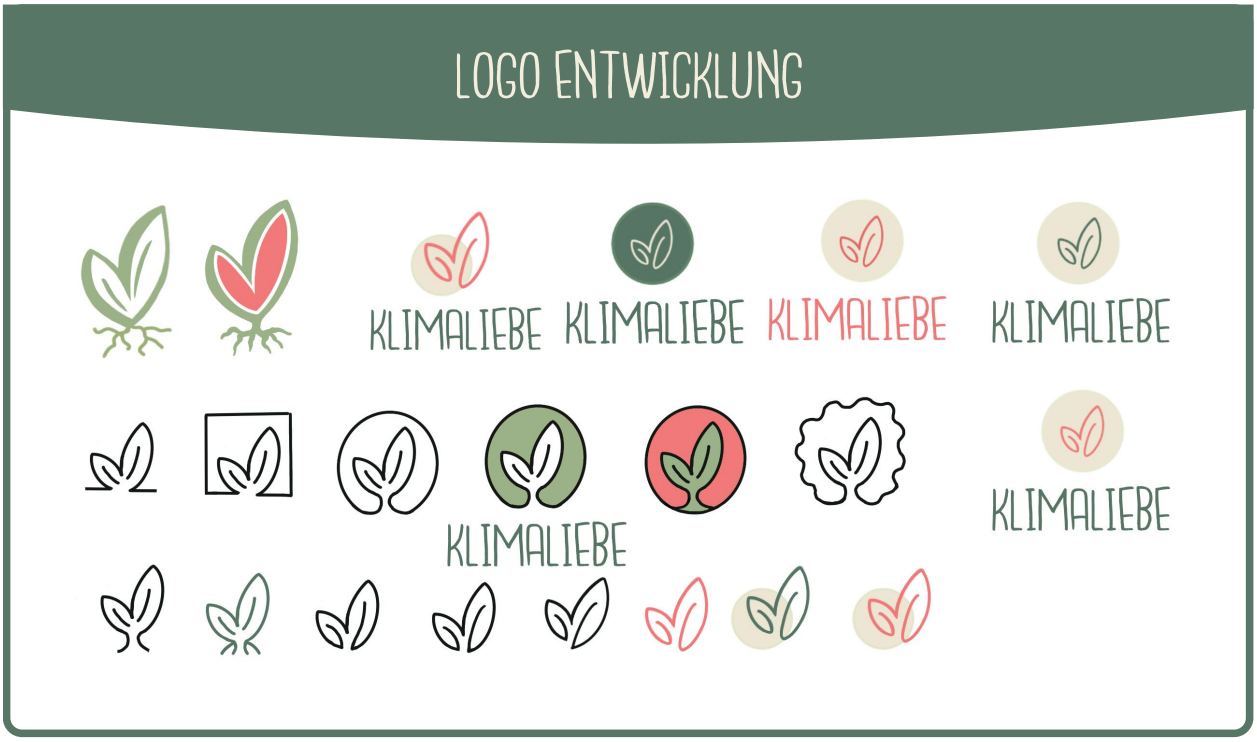



Abb. 62: Logo Entwicklung 2

## 5.2 Namen

Der Name der App lautet *Klimaliebe*. Er soll, wie es der Name schon ausdrückt, die Liebe zum Klima verdeutlichen und damit die Wichtigkeit für das Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz unterstreichen. Die App ist ein Herzensprojekt, weshalb es besonders wichtig war, dies im Namen zu verdeutlichen. Der Name soll von den Anwendern als warmherzig und ansprechend empfunden werden, damit sie sich angesprochen fühlen und zur Installation der App motiviert werden.

Der Name des Leitmotivs lautet *Ino*. Es handelt sich dabei um einen genderneutralen Namen, sodass das Geschlecht vom Nutzer selbst interpretiert werden kann. Der Name ist kurz, außergewöhnlich und prägnant. Verwendet wird er immer, wenn beim App Start das Leitmotiv auftaucht und den Nutzer begrüßt. Ino begleitet den Nutzer besonders auf der Startseite und in der gesamten interaktiven Kategorie.




Abb. 63: Entwicklungsprozess 3

## 5.3 Logo

Das Logo der App *Klimaliebe* ist eine Wort-Bild-Marke, die im Lokprinzip angeordnet ist (Abb. 64-65).




Abb. 64: Positive Darstellungsweise Logo Klimaliebe




Abb. 65: Negative Darstellungsweise Logo Klimaliebe

Die Bildmarke wird in Form eines One-Line-Logos, also einer einzelnen geformten Linie dargestellt, welche zwei Blätter in der Anordnung eines Herzens zeigt. Eine Darstellung als One-Line-Logo ist elegant und zeitlos, sodass es sich optimal in das Design der App integriert. Die Blätter stellen die Verbindung zu Klima, Umwelt und Nachhaltigkeit her, da sie Symbole für natürliche Prozesse und ökologische Balance sind. Sie repräsentieren Wachstum und Leben und verdeutlichen die Bedeutung eines gesunden Ökosystems für den Klimaschutz. Das daraus entstandene Herz unterstreicht den Aspekt der Liebe, da es für Zuneigung und Fürsorge steht und somit die emotionale Bindung und das Engagement für den Umweltschutz symbolisiert. Somit verbindet das Logo ideal beide Teile des Namens

miteinander. Abgerundet wird die Bildmarke durch einen gleichmäßigen Kreis, der die Darstellung vereinheitlicht und es als gesamtes responsiv und wiedererkennbar macht. Der Kreis der Bildmarke ist in Dunkelgrün gestaltet, während das One-Line-Logo in einem sanften Beige gehalten ist. Durch den hohen Kontrast erlangt es eine sehr gute Erkennbarkeit und prägt sich gut in das Gedächtnis des Anwenders ein. Der Name Klimaliebe steht rechts neben dem Logo als Wortmarke und wird ebenfalls in der Farbe Dunkelgrün dargestellt. Die Anordnung eines Logos im Lokprinzip bietet den Vorteil, dass es sich nahtlos in verschiedene Layouts integrieren lässt und gleichzeitig das Markenzeichen konsistent und flexibel vermittelt. Eine einheitliche Farbgebung führt zu einem ansprechenden und ruhigen Gesamtbild. Des Weiteren kann die Bildmarke einzeln stehen und funktioniert in verschiedenen Größen. Die Verbindung ist so klar erkennbar, dass die Wortmarke nicht zwingend erforderlich ist, um das Gesamtbild zu vermitteln, sondern es vielmehr ansprechend ergänzt. Durch die Zweifarbigkeit kann die Wort-Bild-Marke sowohl positiv (Abb. 64), als auch negativ (Abb. 65) dargestellt werden. Die positive Darstellungsweise eines Logos sorgt für Klarheit und Sichtbarkeit auf hellen Hintergründen, während die negative Darstellungsweise auf dunklen Hintergründen hervortritt und die Flexibilität des Logos in verschiedenen visuellen Kontexten erhöht.




Abb. 66: Definition Logo

Zu Beginn des Designprozesses beinhaltete die Darstellung der Blätter (Abb. 61) verschiedene stilistische Varianten sowie die Integration von Wurzeln. Diese Varianten waren jedoch zu verspielt und detailliert, was eine flexible Anpassung für unterschiedliche Anwendungen verhinderte. Die ersten Entwürfe legten jedoch bereits mit dem Klima- und Liebesaspekt die Grundlage für den finalen Entwurf. Durch erneute, nun abstraktere Entwürfe gelang es, ein unverwechselbares Design zu entwerfen, welches zeitlos und klar den Sinn des Namens unterstreicht.

Die Darstellung der Blätter ist wie folgt begründet: Der Unterschied in der Länge spiegelt das natürliche Wachstum von Pflanzen wider, da in der Natur eine Vielzahl von Formen und Farben vorkommen. Die sanften Abrundungen verbinden die natürliche und weiche Schriftart, sodass Wort und Bild als Gesamtes harmonieren. Auch das Leitmotiv charakterisiert sich durch einen weichen Zeichenstil, sodass das auch hier die Verbindung

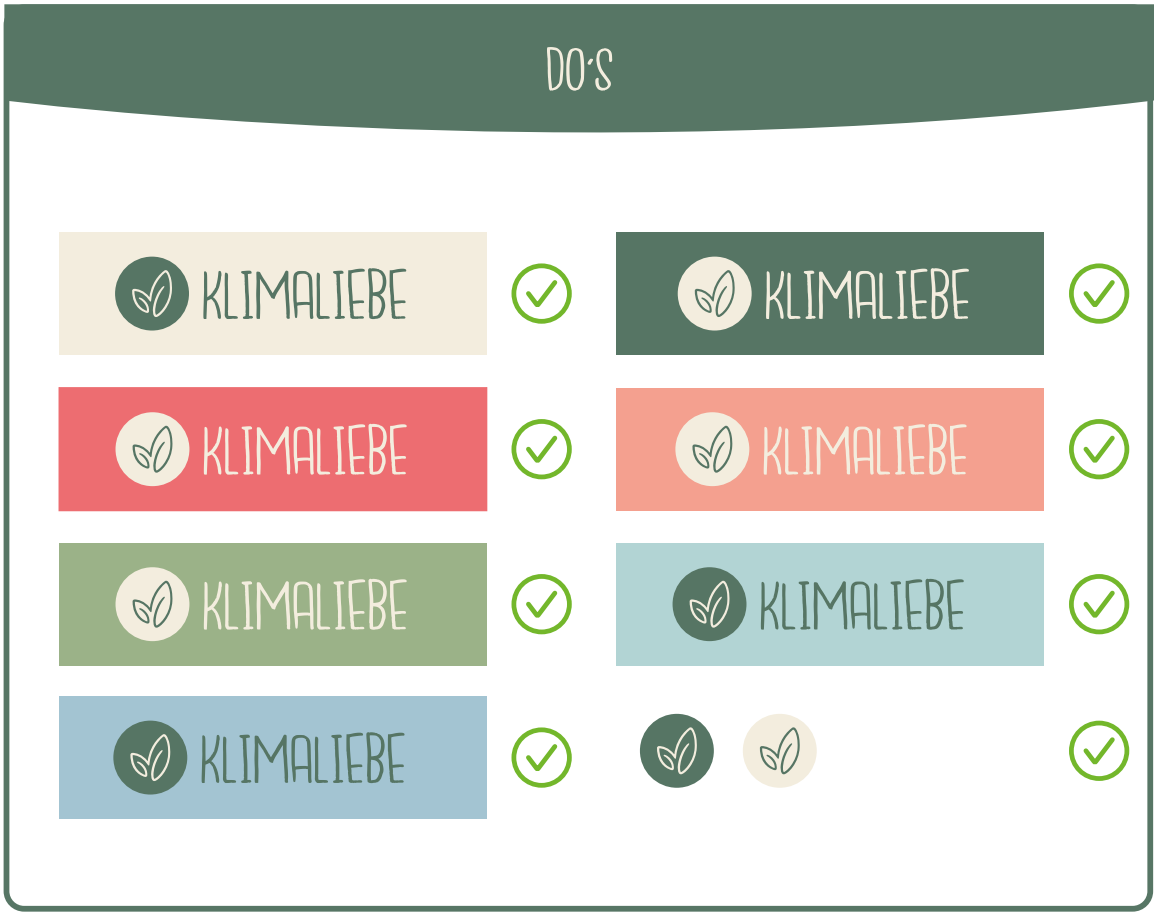



Abb. 67: Logo „Do's“

harmonisch und einheitlich erkennbar ist. Um festzulegen, welche Farbkombinationen mit dem Logo zulässig sind, wurden diese in einer Do's (Abb. 67) und Don'ts (Abb. 68) Darstellung definiert. Für zukünftige Designs sollte diese Übersicht unbedingt beachtet werden.

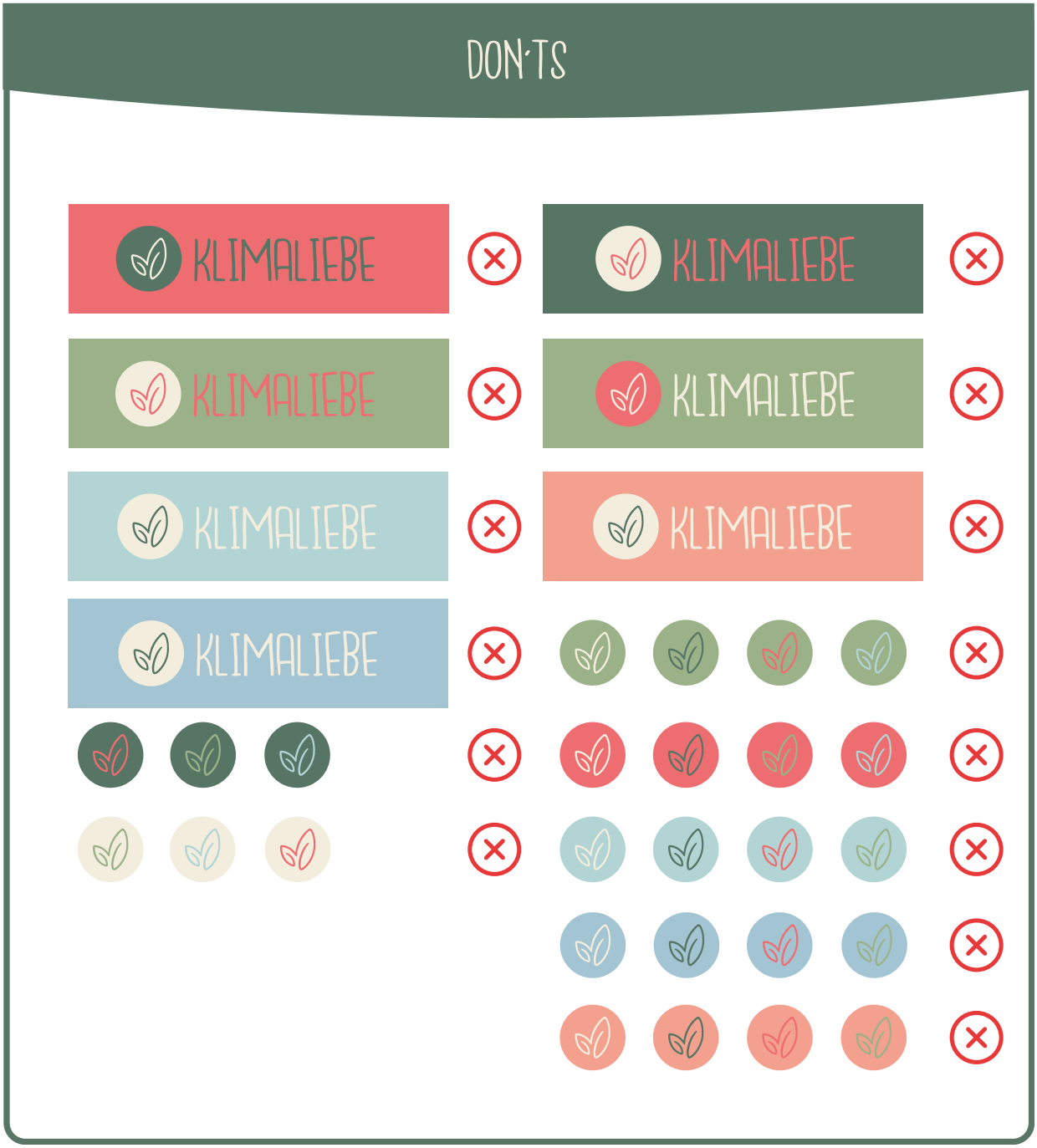



Abb. 68: Logo „Don'ts“

## 5.4 Farben

Die Hauptfarben der App (siehe Abb. 69) bestehen aus einem intensiven *Tannengrün* und einem sanften *Beige*, die auch im Logo erkennbar sind. Die auffällige Farbe *Flamingo* wird als *Akzentfarbe* verwendet, um die Nutzer auf wichtige Aktionen hinzuweisen und sie zum Handeln zu ermutigen.

Das Menü besteht aus fünf verschiedenen Hauptkategorien, welche sich jeweils durch eine eigene Farbe definieren (Abb. 70). Dazu zählen das Tannengrün aus dem Logo, ein wärmeres Hellgrün, Pastellorange, Hellblau und ein pastelliges Mittelblau. Die farbliche Zuordnung der Seiten soll zu einem leichteren Navigieren und einer höheren Einprägsamkeit der Kategorien führen.

Für die Komponenten und Elemente der App wurden erneut der sanfte Beigeton und das Tannengrün verwendet, um eine bestmögliche Sichtbarkeit und Lesbarkeit auf den Hintergrundfarben zu gewährleisten. Die Kontur der Textfelder wurde in einem etwas dunkleren Beige gestaltet, um die Interaktivität der Felder deutlicher hervorzuheben.

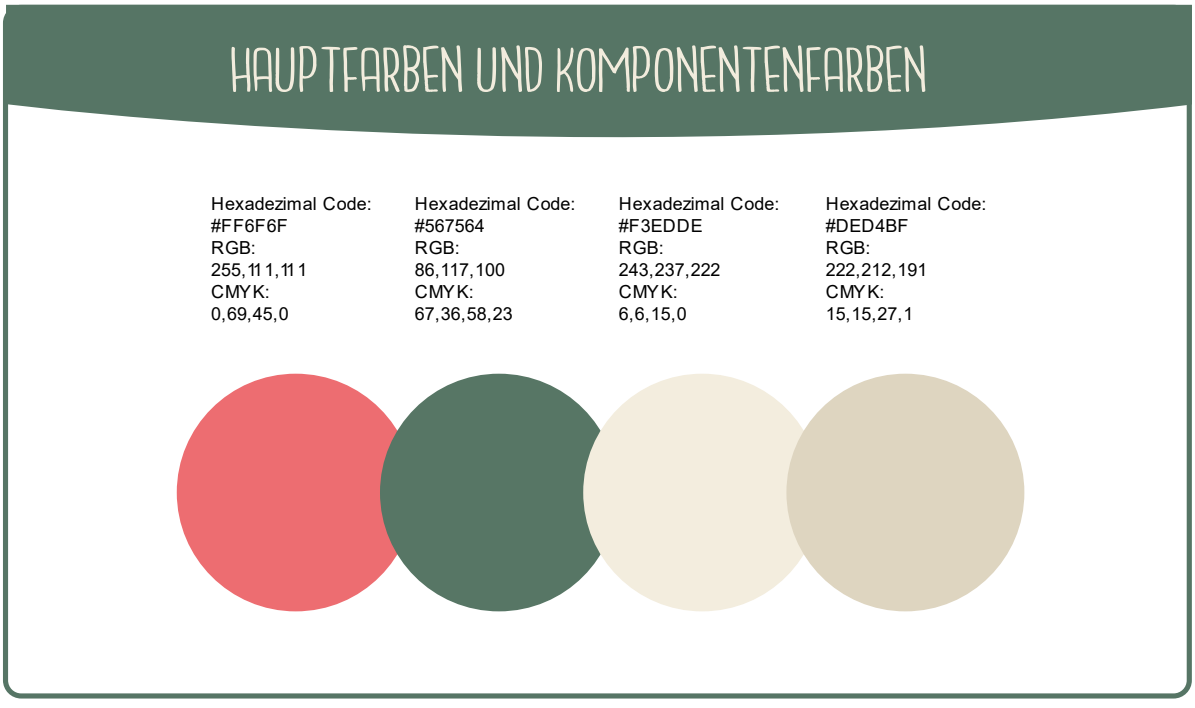



Abb. 69: Hauptfarben und Komponentenfarben

Für die Schriftfarbe wurde ebenfalls entweder das dunkle Grün oder das sanfte Beige ausgewählt (Abb. 71). Die Entscheidung fiel bewusst gegen Schwarz und Weiß, um die natürliche Gesamtwirkung zu bewahren und zu vermeiden, dass starke Kontraste das Gesamtbild stören. Der Kontrast ist dabei dennoch ausreichend genug und wahrt dadurch eine hohe Lesbarkeit.

Die Farbe Flamingo zählt zu den warmen Farben und wird, da sie zu der Gruppe der roten und pinken Farben gehört, oft symbolisch mit Liebe, Wärme und Verbundenheit in Zusammenhang gebracht. Zudem erzeugt die Farbe Rot Aufmerksamkeit und wird oft als Warnsignal verwendet, wodurch der Nutzer immer auf wichtige Informationen aufmerksam wird. Die Farbe Pink unterstreicht erneut den Aspekt der Liebe, sowie Charme und Höflichkeit. [17] Sie soll dem Nutzer ins Auge springen und wichtige Details im Design optisch hervorheben.

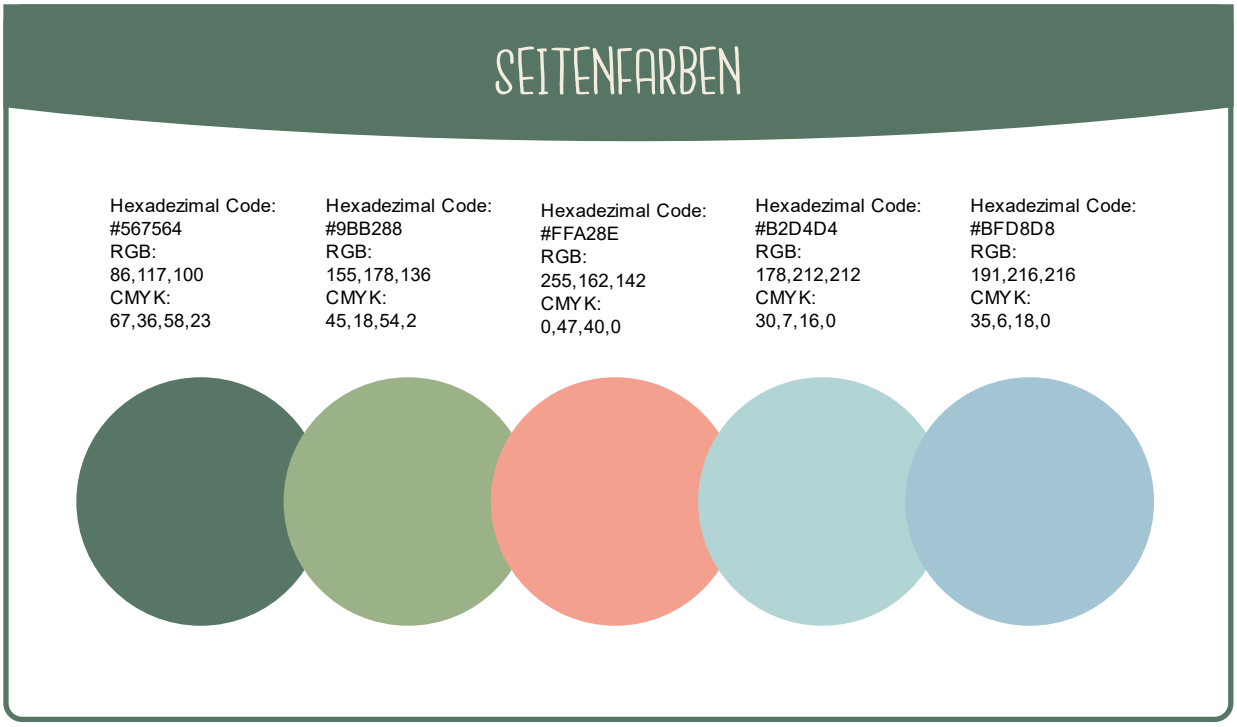



Abb. 70: Seitenfarben

[17] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019),178 f.

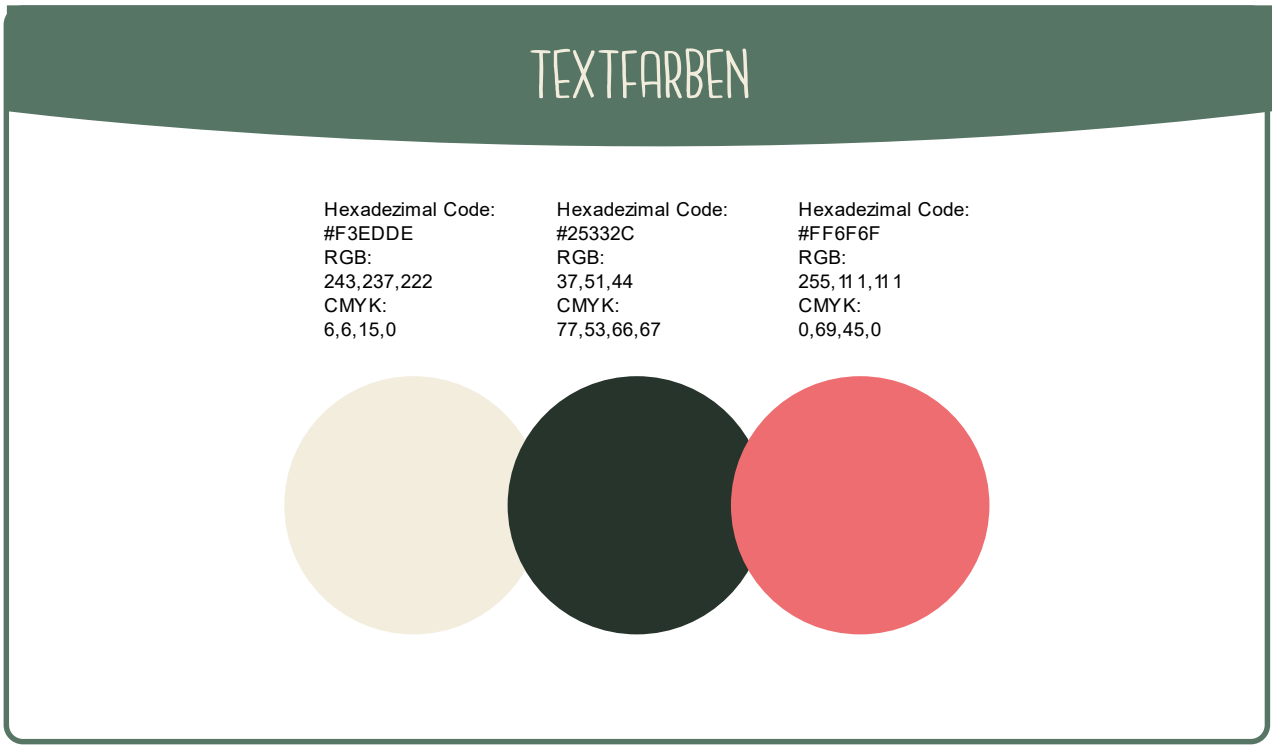



Abb. 71: Textfarben

Die Farbe Grün wird grundsätzlich immer mit der Natur, dem Leben und Zuversicht verbunden. Sie assoziiert positive Aspekte und animiert zum Handeln.[18] So sollen auch die Nutzer der App Klimaliebe durch die Grüntöne unterbewusst zum Handeln angeregt werden.

Rot und Grün sind gemäß *Ittens Farbtheorie* (Abb. 72) *Komplementärfarben*, da sie sich im Farbkreis gegenüberliegen. Diese Beziehung verstärkt sich



Abb. 72: Farbkreis, Quelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Farbkreis

[18] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 178 f.

gegenseitig und trägt zur Optimierung des App-Designs bei. [19]

Das Beige sorgt für Kontrast im Hintergrund und bei der Schrift. Es wird unter anderem als passive Darstellungsform des Logos genutzt und ist dadurch regelmäßig präsent. Beige gilt als Zwischenfarbe von Weiß, Gelb und Braun und kann demnach mit Frieden, Frische und Fröhlichkeit sowie mit der Natur und unserer Erde in Zusammenhang gebracht werden. [20]

Blau wird hauptsächlich mit dem Meer und dem Himmel in Verbindung gebracht, was optimal zum Thema der App passt. Die Wirkung ist daher friedlich und vermittelt dem Betrachter Vertrauen und Freundlichkeit.

Orange wird oft mit Aktivität, Wandel und Lebensfreude in Zusammenhang gebracht. Sie wurde bewusst für den aktiven Teil der App verwendet, da sie den Nutzer zum Agieren anregt und andeutet, dass es Zeit für Veränderung ist. [21]

Blau und Orange stehen sich ebenfalls im Farbkreis gegenüber und bilden damit den *Komplementärkontrast* zueinander. Auch sie ergänzen sich farblich und sind damit eine geeignete Wahl für die Hintergrundfarben.

## 5.5 Gestalterische Elemente

Ziel der App war es, ein einheitliches Gesamtbild zu erzeugen, welches besonders durch wiederkehrende Elemente deutlich wird. Im Folgenden wird auf die einzelnen Komponenten und Elemente eingegangen und die Darstellungsweise erklärt.

Alle im Design abgebildeten Icons (Abb. 73) wurden entweder selbst erstellt oder über die Webseiten „Freepik.com“ oder „Flaticon.com“ heruntergeladen. Insgesamt entstanden mehr Icons als später in der App verwendet wurden, da sich einige nicht stimmig in das Design

[19] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 171.
[20] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 178 f.
[21] Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* (Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019), 178 f.

einfügten und durch andere Varianten ersetzt wurden. Die Icons wurden mit dem Pfadwerkzeug in *Adobe Illustrator* erstellt und ihre Größen je nach Bedarf im Design angepasst. Die verschiedenen Elemente entstanden schrittweise während des Designprozesses in *Figma*. Nach der finalen Gestaltung wurden diese als Komponenten gespeichert und teilweise durch Varianten ergänzt. Das Erzeugen von Komponenten, welche als Vorlagen dienen, garantiert ein durchgängig einheitliches und stabiles Design.

Die verschiedenen Komponenten sind auf einer extra Seite innerhalb Figma Datei gespeichert und können jederzeit über den Reiter „Assets“ im linken Einstellungsfenster aufgerufen und eingefügt werden. Um genügend Kontrast zu erzeugen, erhielten alle Komponenten einen beigen oder grünen Farbton. Für den Text oder andere Teilelemente wurden dann die jeweils gegensätzliche Farbe verwendet. Abbildung 74 zeigt alle inhaltlichen Text-Komponenten. Diese Komponenten wurden für Inhalte wie „Aktiv werden“ und „Nachhaltig einkaufen“ entwickelt. Auch für Beiträge, Akkordeons und allgemeine Textfelder wurden sie eingesetzt. Besonders prägnant sind die abgerundeten Ecken, die eine Verbindung zum Logo herstellen und so ein harmonisches Gesamtbild schaffen.

Für die Gestaltung der „Akkordeons“ (Abb. 74, mitte rechts) wurde besonders die Form des Headers wieder aufgegriffen und nur durch Abrundungen an den Ecken ergänzt. Auffällig ist bei diesem Element, dass es einmal eine Variante mit einem „Chevron Pfeil“ gibt und eine mit dem Pfeil als Button. Genauer gesagt bedient die zweitere Variante gar kein „Akkordeon“, da es auf die jeweilige Seite für den Tipp des Tages führt. Es öffnet sich demnach eine komplett neue Seite, während sich bei der Variante mit „Chevron“ der Inhalt nach unten hin aufklappt. Der Stil bleibt konstant, um dem Nutzer die Erinnerung an den bereits erhaltenen Tipp des Tages zu erleichtern. Ein alleinstehender Titel des „Akkordeons“ könnte den Nutzer in die Irre führen, da eine Ähnlichkeit zwischen den Themenbereichen besteht und es zu Wiederholungen im Titel kommen kann.




Abb. 73: Übersicht Icons

In den Beiträgen (Abb. 74 links) findet man im oberen Bereich auf der linken Seite immer das Profilbild und den Benutzernamen des Verfassers. Die Icons zu den Themen „Gefällt mir“, „Kommentieren“ und „Teilen“ fallen dem Betrachter durch die Kontur in der aktiven Farbe *Flamingo* ins Auge. Die Akzentfarbe deutet ein aktives Handeln bei diesen Icons an. Sobald das „Kommentar“ Icon vom Nutzer betätigt wird, öffnet sich darunter ein Feld zum Kommentieren. Die Kontur dieses Textfeldes hebt sich durch das dunklere Beige hervor und deutet damit das Textfeld an. Die nicht zu bearbeitenden Texte lassen sich durch die nicht vorhandene Kontur voneinander unterscheiden.

Abbildung 75 widmet sich den Elementen „Registrieren“ und „Anmelden“, welche beim Öffnen einer interaktiven Seite erscheinen. Der Nutzer wird darum gebeten sich ein Konto anzulegen oder falls bereits ein Konto vorhanden ist, eine Anmeldung vorzunehmen. Die Komponenten sind in Grün gestaltet, damit sie sich ausreichend von dem orangenen Hintergrund abheben. Ein Link unterhalb der Auswahlfelder kann ein Wechseln zwischen dem Anmeldungs- und dem Registrierungsformular herbeiführen. Auf der rechten Seite in

Abbildung 74 befinden sich zwei weitere Elemente, die dem Nutzer die Option liefern, eine Bewertung abzugeben oder sich für den zukünftigen Newsletter anzumelden. Der Farbton wurde auch hier gewählt, um die Sichtbarkeit auf dem farbigen Hintergrund zu erhöhen. Ein zusätzlicher Grund für die Farbwahl ist die Abgrenzung von den anderen Buttons auf den jeweiligen Seiten. Damit wird eine andere Art Aktion signalisiert, die sich von den allgemeinen Elementen unterscheidet. Bei der Bewertung von Klimaliebe ist eine Erweiterung in Form einer Umfrage (Abb. 41-46) bereits gestaltet. Die Erweiterung ergänzt die Sternebewertung für den Store sowie die App selbst und bietet eine detailliertere Möglichkeit zur Bewertung und Auswertung der App. Fragen für die erweiterte Bewertung der App könnten lauten:

1. Wie bist du auf uns aufmerksam geworden?
2. Was gefällt dir an der App Klimaliebe am besten?
3. Hast du Verbesserungsvorschläge oder Wünsche?

Auf der dritten Seite besteht die Gelegenheit, einen eigenen Verbesserungsvorschlag einzubringen. Eine ausführlichere Bewertung trägt zur Entwicklung von Klimaliebe bei und hilft dabei, den Entstehungsprozess zu unterstützen. Nach der Bewertung erscheint ein weiteres Pop-Up auf dem Bildschirm, bei welchem sich Ino für die Beteiligung daran bedankt.

Für die Anmeldung zum Newsletter muss der Nutzer nur seine E-Mail-Adresse angeben. Ein Abmelden vom Newsletter kann über einen Link in den Newsletter-Mails erreicht werden.




Abb. 74: Komponenten 1

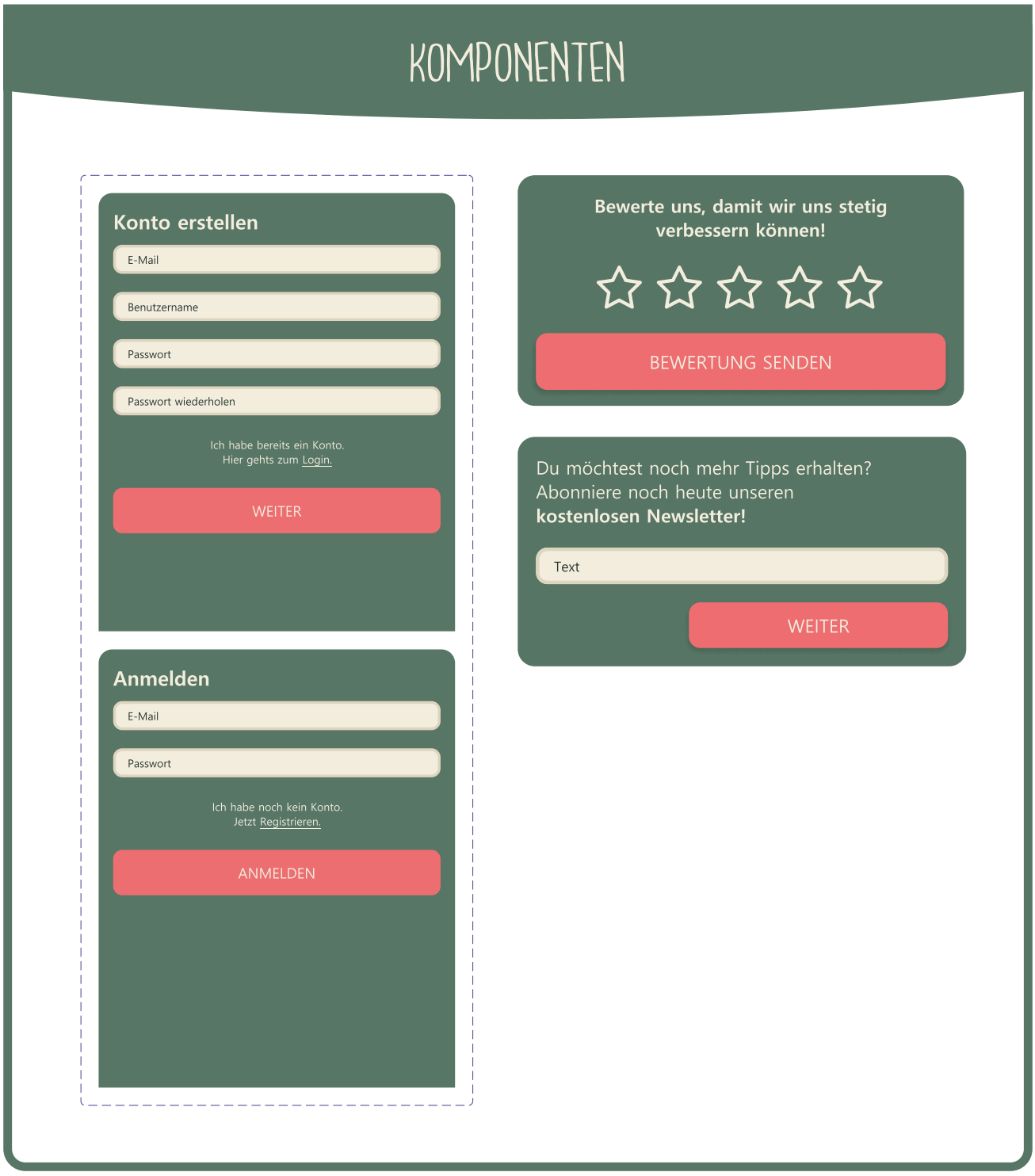



Abb. 75: Komponenten 2

In Abbildung 76 sieht man die Darstellung des Kalenders für den „Klima Tracker“. Über zwei Pfeile im oberen Teil kann der Nutzer zwischen den Monaten wechseln. Die, durch das Logo

gekennzeichneten Tage, zeigen an, wann ein Beitrag geleistet wurde. Der aktuelle Tag wird in der Farbe Hellgrün dargestellt, damit er sich von den restlichen Tagen im der dunkelgrünen Textfarbe unterscheidet.

Die nächste Komponente in dieser Übersicht ist das „Filtern“ Element (Abb. 76, mitte links). Hier können über Checkboxen verschiedenen Filter angeklickt werden, welche dann über ein kleines flamingofarbenes Badge im Icon kenntlich gemacht werden.

Rechts daneben befindet sich einer der rechteckigen Teaser, welcher auf der Startseite sowie auf den Seiten „Nachhaltig einkaufen“ und „Aktiv werden“ zu sehen ist. Ein Icon mit passender Unterschrift deutet die damit zu erreichende Seite an. Unterhalb dieser Komponente befindet sich das „Aktionen“ Element zur Abholung eines Puzzleteils als Teil der nächsten Überraschungsbelohnung. Dieses Element ist in zwei Varianten erhältlich, die sich durch die unterschiedliche Anzahl an Puzzleteilen unterscheiden. Über einen $CO_2$-Rechner wird später berechnet, wie viel $CO_2$ man durch das Einlösen der Aktionen spart. Ein Puzzleteil steht für eine geringe Menge, während der Nutzer für mehr Einsparungen zwei Puzzleteile erhält.

Im oberen rechten Teil der Abbildung 76 sieht man ein weiteres Element, welches auf eine neue Seite zu dem darin angegeben Thema führt. Es wird beispielsweise auf der Einstellungen Seite verwendet und deutet weitere Unterseiten an. Die Einbindung des „Pfeil“ Buttons unterstreicht die Aktion des Elements.

Darauf folgt eine Textfeldkomponente (siehe Abb. 76, zweite von oben), die entweder eine vorgefertigte Auswahl bietet oder dem Nutzer die Freiheit lässt, selbst etwas einzugeben. Die Auswahlvariante wird durch einen „Chevron“ Pfeil angezeigt, der darauf hinweist, dass ein Menü aufgeklappt werden kann, und wird zusätzlich durch eine Überschrift ergänzt.

Auch die Darstellung von Stichpunkten wurde in Form einer gestalterisch ansprechenden Komponente eingebunden. Diese wird z. B. für die Zutatenliste der Seite „Tipp des Tages“ verwendet (Abb. 21). Dabei wird der Stichpunkt durch das Klimaliebe Logo präsentiert. Je nach Hintergrund der Seite muss entweder die positive oder die negative Variante des Logos genutzt werden. Aufzählungen hingegen erfolgen über Nummernfelder, welche von einem

hellgrünen Kreis umgeben sind. Da die Aufzählung bisher nur auf der „Tipp des Tages“ Seite (Abb. 21) zu sehen ist, gibt es bisher nur diese eine Darstellungsform.

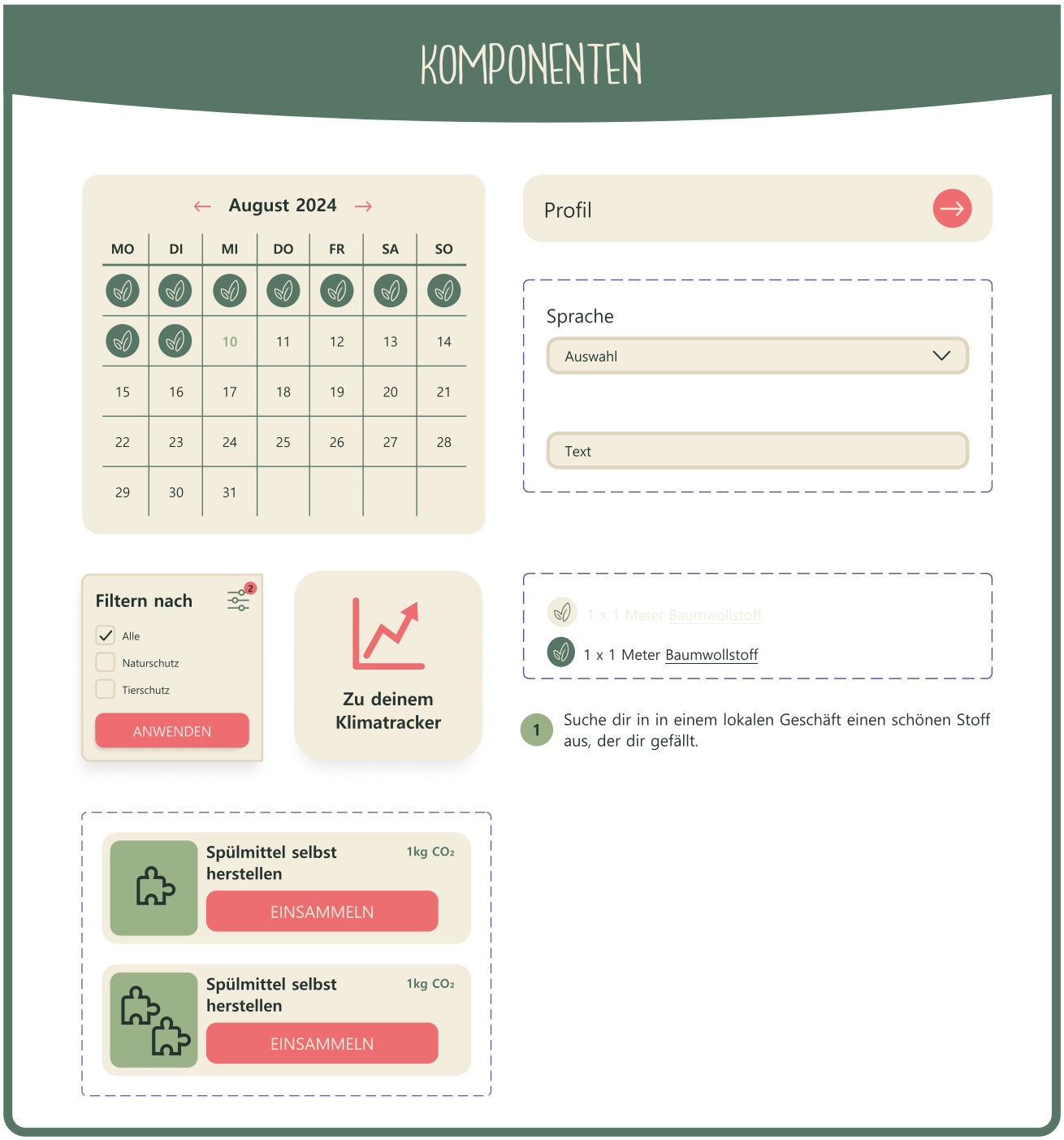



Abb. 76: Komponenten 3

Verschiedene Arten von Pop-Ups (Abb. 77) ergänzen das Design auf drei verschiedenen Seiten innerhalb der App. Pop-Ups werden automatisch eingeblendet und überdecken das bestehende Seitenlayout. Ein Button bietet die Möglichkeit, das Pop-Up zu schließen, nachdem es in den Vordergrund gerückt ist. In den oberen drei Fällen (Abb. 77) geben die Pop-Ups Aufschluss über die erreichten Belohnungen und zeigen dabei an, wie viel $CO_2$ durch den jeweiligen Beitrag eingespart wurde. Das mittlere Pop-Up oben erscheint hierbei nur, wenn der Nutzer im Kalender auf den jeweiligen Tag mit Logo klickt. Das linke Pop-Up hingegen erscheint augenblicklich nach der Erstellung des „Klima Beitrags“ genauso taucht das rechte Pop-Up direkt nach dem Einsammeln einer zusätzlichen Aktion auf.

Unten Links sieht man ein Pop-Up in Form eines Willkommengrußes zur „Klima Community“, welches nach der erstmaligen Anmeldung erscheint. Darüber hinaus wird auf die Bedeutung des respektvollen Umgangs mit anderen Klimaliebhabern hingewiesen, da dies heutzutage auf vielen Social-Media-Kanälen vernachlässigt wird. Bei dem mittleren Pop-Up im unteren Bereich handelt es sich um ein dauerhaftes Element, das regelmäßig nach dem Start der App über der Startseite angezeigt wird. Es dient als Erinnerung für den Nutzer, den Tipp des Tages abzuholen und dadurch den eigenen Horizont zu erweitern. Im Falle des Wegklickens über das „x“ oben rechts, erscheint das Pop-Up jedoch nicht ständig auf dem Startbildschirm. Andernfalls könnte es auf Dauer störend wirken und im schlimmsten Fall den Nutzer verärgern. Das letzte Pop-Up unten rechts, erscheint nach der Beteiligung an der Bewertung. Hier bedankt sich Ino dafür und zeigt dem Nutzer dadurch erneut, wie wertvoll diese Bewertung für die App ist.

Abbildung 78 widmet sich den Darstellungen von Buttons und Icons mit ihren verschiedenen Varianten. Die erste Reihe zeigt den „Pfeil“ Button, das „Speichern“ Icon, das „Filtern“ Icon mit „Badge“ und der dazugehörigen Auszeichnung sowie „Profil“ Icon und das „Gefällt mir“ Icon. Es wurden wieder verschiedene Varianten dieser Komponenten erstellt, damit diese unproblematisch und ohne hohen Aufwand im Design getauscht werden können.

Die Reihe darunter zeigt die „Checkbox“-Komponente mit Text für den Filter sowie das „Puzzle“-Icon mit „Badge“, das die Anzahl der gesammelten Puzzleteile verdeutlicht. Außerdem werden hier die Varianten des „Chevron“-Pfeils für „Akkordeons“ oder Textfelder

mit Auswahlmöglichkeiten präsentiert. Im unteren Teil dieser Abbildung sieht man zwei verschiedene Buttons, die jeweils in zwei Varianten dargestellt sind. Es ist von besonderer Wichtigkeit zwischen einem „Primary“ und einem „Secondary“ Button zu unterscheiden, damit im späteren Designprozess gegebenenfalls beide zusammen dargestellt werden können. In Designs unterscheiden sich „Primary“ und „Secondary“ Buttons durch ihre Funktion und visuelle Hervorhebung:

Der „Primary“ Button hebt sich hervor und wird für die Hauptaktion oder den wichtigsten Call-to-Actions (zu Deutsch: Handlungsaufrufen) verwendet. Er ist in der Regel auffälliger gestaltet und zieht die meiste Aufmerksamkeit auf sich. Ein Call-to-Action bezeichnet eine klare Anweisung oder Einladung an den Nutzer, eine bestimmte Aktion auszuführen, wie beispielsweise "Jetzt kaufen" oder "Mehr erfahren". Der „Secondary“ Button ist weniger hervorstechend und dient unterstützenden oder weniger wichtigen Aktionen. Er hat oft ein dezenteres Design und wird verwendet, um alternative Optionen anzubieten oder zusätzliche Funktionen bereitzustellen. Damit diese gut in das Design integriert werden können, wurde zu der normalen Variante noch eine Slim Variante erstellt, die sich optimal für kleinere Elemente oder Bereiche eignet.

Rechts neben den Button Varianten findet sich ein stilistisches Element, das für die Anzeige des gesparten $CO_2$ Verbrauchs verantwortlich ist. Es befindet sich im oberen Teil der „Tipp des Tages“ Seite (Abb. 21) und wird je nach Kategorie in der entsprechenden Farbe abgebildet. Dadurch wird die Sparmaßnahme hervorgehoben, ohne jedoch aufdringlich zu wirken.

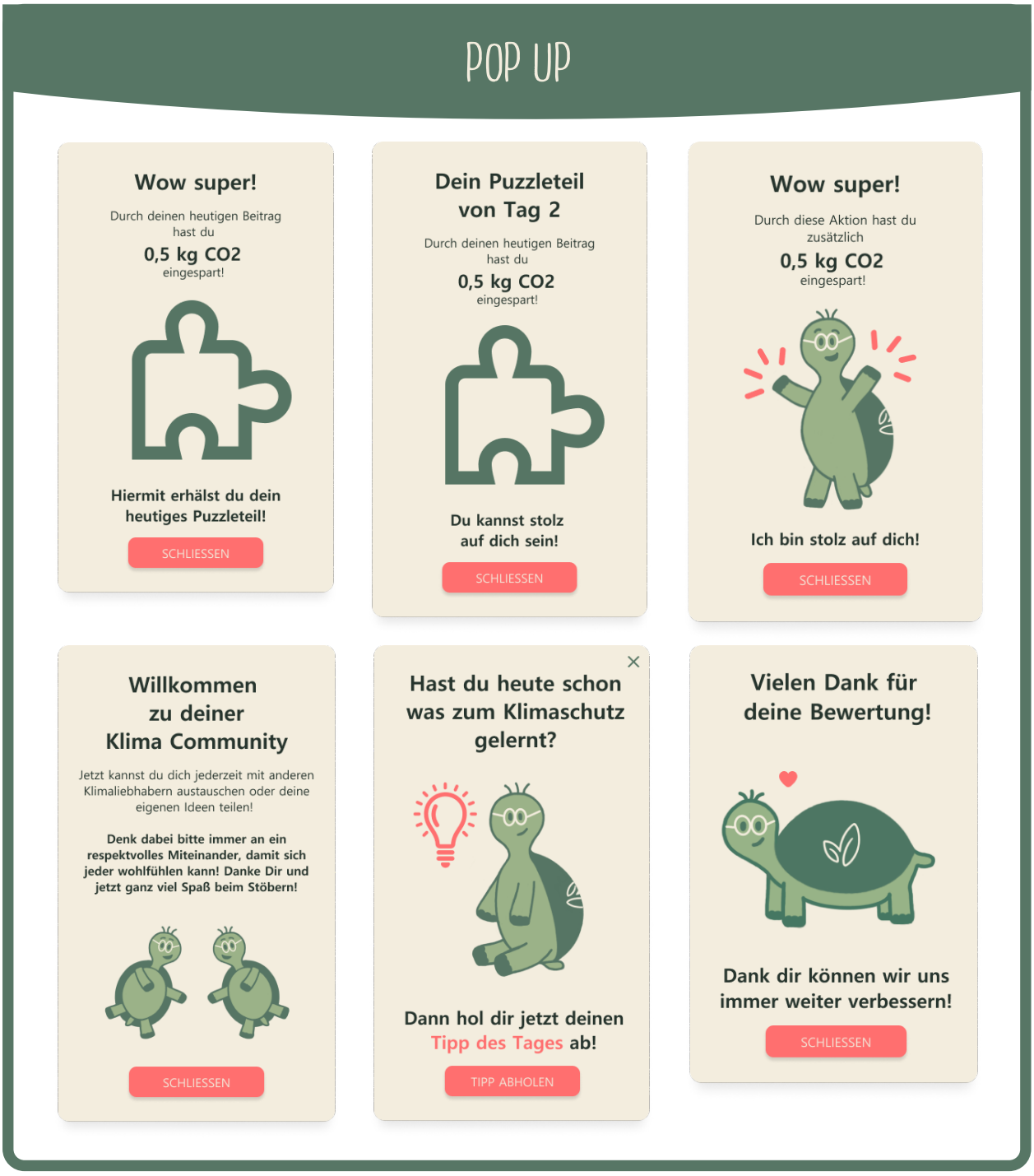



Abb. 77: Pop-Ups

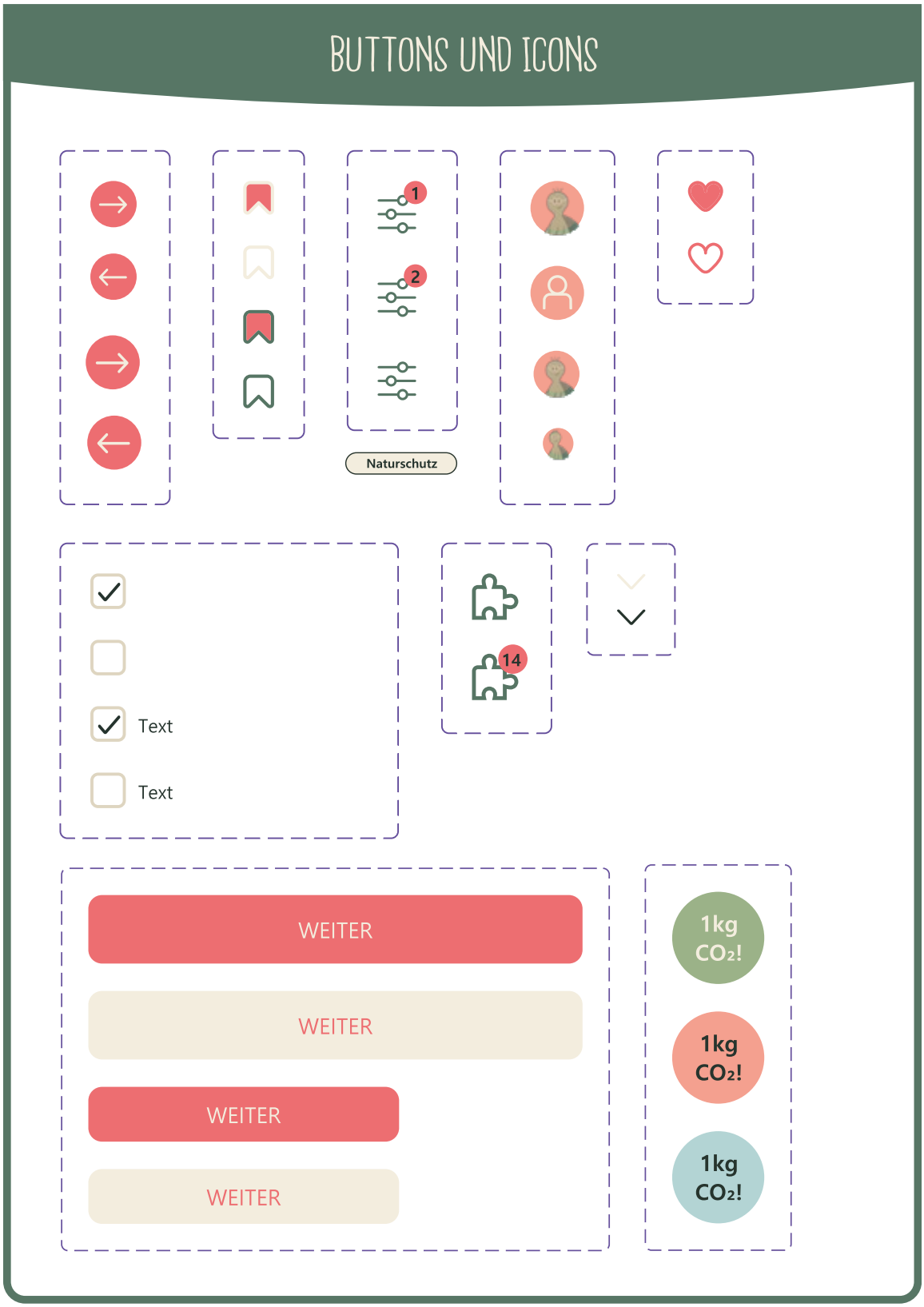



Abb. 78: Buttons und Icons

## 5.6 Schrift

Für den Titel der App wird die Schriftart „Nanda“ verwendet. Es handelt sich hierbei um eine Serifenschrift der „Handschriftlichen Antiqua“. Diese Schriftart enthält nur einen einzigen Schriftschnitt, weshalb sie nur für die Darstellung des Logos verwendet wird. Die Darbietung erfolgt in Versalien, wodurch ein einheitliches Gesamtbild erreicht wird. Die Schrift zeichnet sich durch ihren handschriftlichen, natürlichen Stil aus und wirkt dadurch persönlich und sanft auf den Betrachter. Weitere Kennzeichen sind eine geringe Dickte sowie eine überdurchschnittliche Versalhöhe, wodurch sie auch eher einem Condensed Schriftschnitt zugeordnet werden könnte. Die Schrift des Logos wurde im Zusammenspiel mit der Bildmarke sorgfältig ausgewählt. Dabei sollte sie leicht verspielt, aber auch natürlich und gut lesbar sein. Ziel war es, eine optische Verbindung zwischen dem Logo und dem Text herzustellen und eine gewisse Naturverbundenheit zu betonen. Abbildung 61 zeigt vier Schriften, die im Designprozess in Betracht gezogen wurden. Letztlich fiel die Wahl auf die Schriftart Nanda, da ihr gleichmäßiger Duktus, die hohe Versalhöhe und die natürliche Schreibweise überzeugten.

Als Fließtext Schriftart wird die „Malgun Gothic“ im Schriftschnitt Regular verwendet und gehört zur Gruppe der „serifenlosen Linear-Antiqua“. Dazu zählen geometrisch konstruierte und einheitliche Leseschriften. Durch das optisch rundere, jedoch gleichmäßige Schriftbild wirkt sie zeitlos und interessant zugleich. Die beiden Schriften harmonieren perfekt miteinander und schaffen ein stimmiges Gesamtbild, das dem Leser eine angenehme Leseerfahrung bietet. Für den Fließtext wird immer der reguläre Schriftschnitt verwendet, da hier die beste Lesbarkeit garantiert wird. Der Schriftschnitt Bold wird für die Überschriften in der Punktgröße 16, 20, 24 und in seltenen Fällen in 28 verwendet. Der Schriftschnitt dient in der Größe 12 unter anderem der Auszeichnung im Fließtext.




Abb. 79: Schrift Logo

Links im Fließtext werden durch einen Unterstrich kenntlich gemacht. Beim Anklicken ändert sich die Farbe des Textes kurzzeitig zu Flamingo, wodurch die Aktion klar betont wird. Die Tabellen 3 und 4 geben zudem eine detaillierte Übersicht über die Bezeichnungen und den Einsatz der Schriften.

| Bezeichnung | Schriftname | Schriftschnitt | Schriftfarbe | Schriftgröße |
|---|---|---|---|---|
| WORTMARKE | NANDA | REGULAR | GRUEN / BEIGE | INDIVIDUELL |
| **H1** | **Malgun Gothic** | **Bold** | **Dunkel gruen** | **28 pt** |
| **H2** | **Malgun Gothic** | **Bold** | **Dunkel gruen** | **24 pt** |
| **H3** | **Malgun Gothic** | **Bold** | **Dunkel-gruen** | **20 pt** |
| **H4** | **Malgun Gothic** | **Bold** | **Dunkel-gruen** | **16 pt** |
| **BUTTON** | **MALGUN GOTHIC** | **BOLD & VERSALIEN** | **BEIGE** | **16 PT** |
| **Fließtext Auszeichnung** | **Malgun Gothic** | **Bold** | **Dunkelgruen / Beige** | **12 pt** |
| Fließtext 1 | Malgun Gothic | Regular | Dunkelgruen / Beige | 12 pt |
| Fließtext 2 | Malgun Gothic | Regular | Dunkelgruen / Beige | 16 pt |
| Link | Malgun Gothic | Regular | Dunkelgrün / Beige | 12 pt |
| Link (Antippen) | Malgun Gothic | Regular & Unterstrichen | Flamingo | 12 pt |

Tabelle 3: Übersicht Schrift Definitionen

| Bezeichnung | Anwendung |
|---|---|
| WORTMARKE | Header: Wortmarke in gemeinsamer Darstellung mit der Bildmarke. |
| **H1** | Für Überschriften in Pop-Ups |
| **H2** | Für alle Seitenüberschriften oder Zwischenüberschriften, wenn es ein neues Thema behandelt |
| **H3** | Für große Teaser, Akkordeon Überschrfiten, Seitenüberschriften im Header |
| **H4** | Für kleine Teaser und Überschriften in Ino Sprechblasen |
| **BUTTON** | Für alle Buttons |
| **Fließtext Auszeichnung** | Für Auszeichnungen innerhalb des Fließtextes; Tabellenüberschriften. |
| Fließtext 1 | Für alle Fließtexte. |
| Fließtext 2 | Für alle Sprechblasen Fließtexte von Ino. |
| Link | Für alle Links innerhalb eines Fließtextes und unter Ino Sprechblasen. |
| Link (Antippen) | Für alle Links innerhalb eines Fließtextes und unter Ino Sprechblasen, wenn diese angetippt werden. |

Tabelle 4: Übersicht Schrift Anwendung

## 5.7 Leitmotiv

Ein Leitmotiv in Form einer Schildkröte begleitet den Nutzer durch die App (Abb. 81). Ziel der Gestaltung war es, ein gamifiziertes, leicht einprägsames und sympathisches Design zu kreieren. Die Wahl zur Schildkröte entstand durch einen persönlichen Bezug und gibt der Applikation einen besonderen Charakter. Der Name der Schildkröte lautet *Ino*. Um dem heutigen Zeitalter gerecht zu werden, erhielt das Leitmotiv einen genderneutralen Namen, der leicht, kurz und einprägsam ist. Dadurch soll erreicht werden, dass der Nutzer die App *Klimaliebe* nicht allein durch das Logo und den Namen identifiziert, sondern auch durch das passende Leitmotiv.

Die Designs für das Leitmotiv entstanden im Programm Procreate. Im Laufe des Prozesses sind zahlreiche verschiedene Designs (Abb. 80), die einen Bezug zum Klima aufweisen, hervorgegangen. Letztendlich wurde das Design der Schildkröte entworfen und zu bisher sechs verschiedenen Versionen erweitert. Jede Version kann passend zum Thema der Seiten eingesetzt werden. Weitere Versionen sind geplant, jedoch noch nicht realisiert. Den direkten Bezug zur App verdeutlicht die Darstellung des *Klimaliebe* Logos zentral auf Inos Panzer. So tritt das Logo regelmäßig im Design auf und führt es dem Nutzer dabei immer wieder vor Augen. Zu den charakteristischen Merkmalen von Ino zählen die helle, runde Brille und die drei Haare auf dem Kopf. Diese Besonderheiten lassen das Leitmotiv individuell, niedlich und freundlich aussehen.

Auf den Hauptseiten wird Ino meist im oberen Teil sichtbar und spricht direkt mit dem Nutzer. In seltenen Fällen taucht es mitten im Seitenverlauf auf. Dies bestimmt sich aus den jeweiligen Inhalten und dem zur Verfügung stehenden Platz. Die Unterseiten widmen sich meist den Themen selbst, sodass Ino hier nicht präsent dargestellt wird. Dies würde oftmals zum Stören des Leseflusses führen und die Nutzererfahrung dadurch beeinträchtigen.

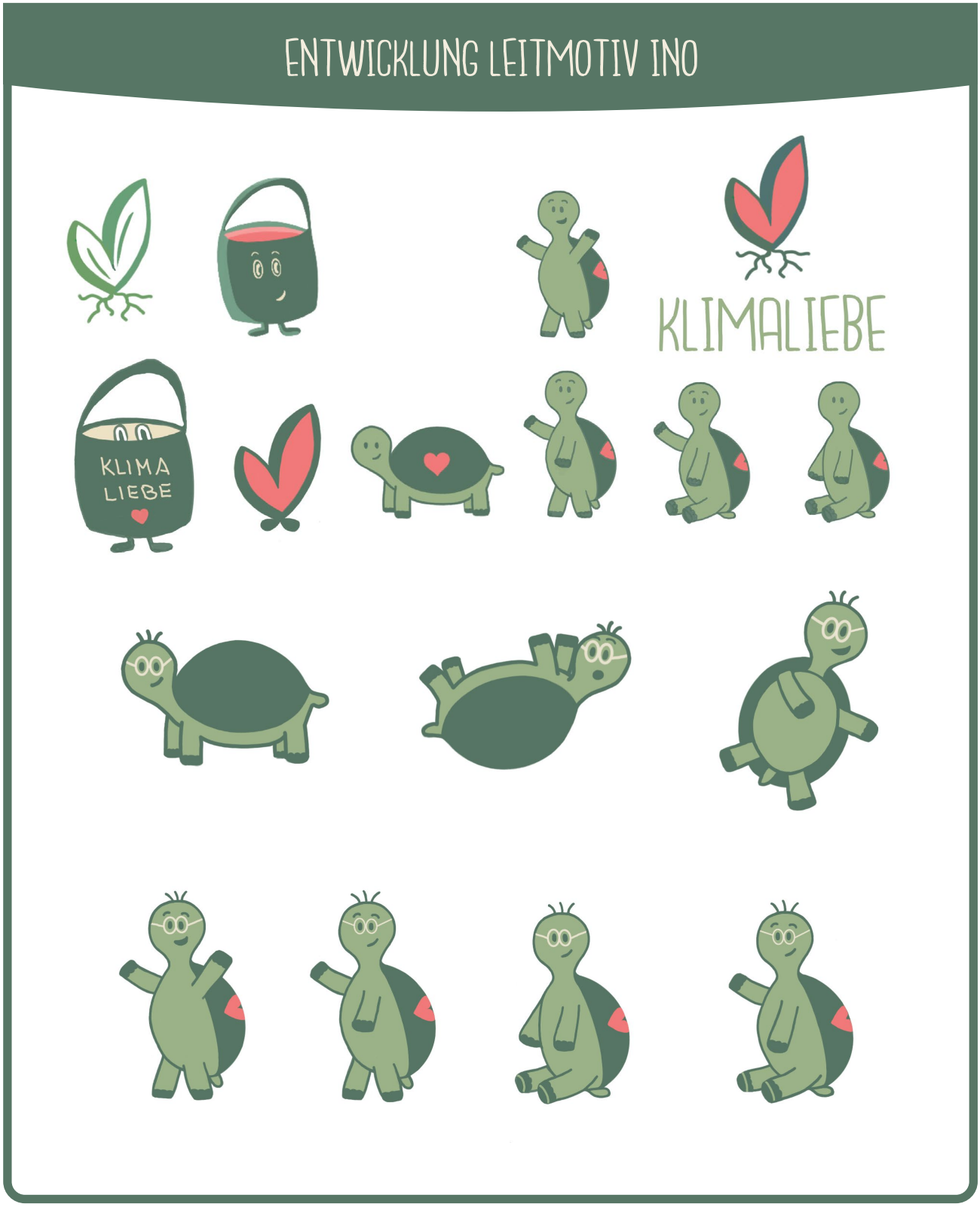



Abb. 80: Entwicklung Leitmotiv „Ino“ 1

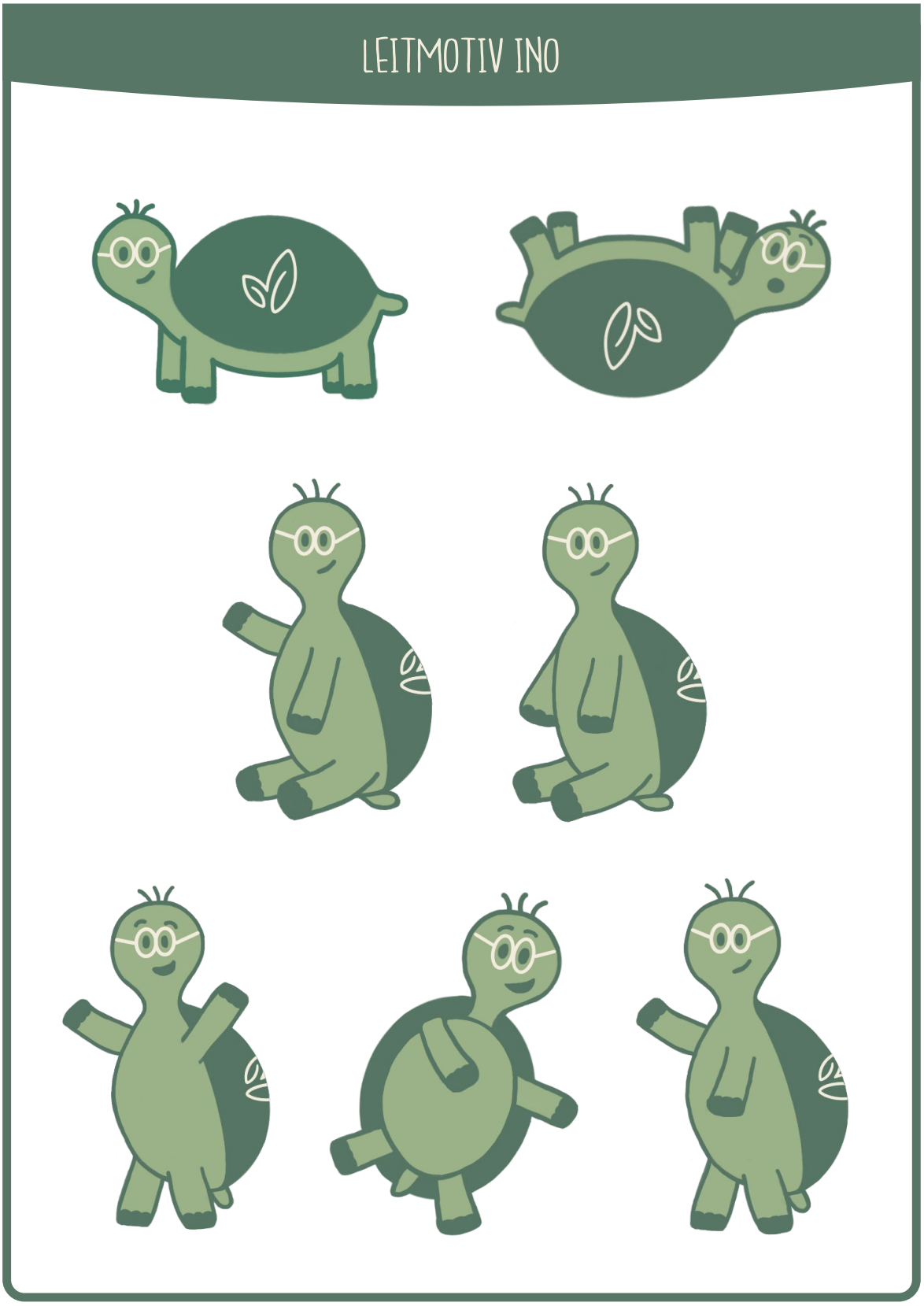



Abb. 81: Finale Darstellung Leitmotiv „Ino“

# 6 Zusammenfassung

Abschließend zeigt diese Arbeit, wie die Konzeption und Gestaltung der Nachhaltigkeits-App *Klimaliebe* einen bedeutenden Beitrag zur Förderung des Umweltbewusstseins im Alltag leisten kann. Durch die Kombination von theoretischem Fundament, sorgfältiger Planung und durchdachtem Design wurde eine Anwendung geschaffen, die den Nutzer nicht nur informiert, sondern ihn aktiv zu klimafreundlichem Handeln motiviert. Das Leitmotiv *Ino* verleiht der App eine persönliche Note, die eine dauerhafte Bindung zum Nutzer aufbaut und ihn auf seiner Reise zu einem nachhaltigeren Lebensstil begleitet. Die vorgestellten gestalterischen Entscheidungen und die inhaltliche Struktur der App legen den Grundstein für eine wirkungsvolle Nutzererfahrung, die sowohl interaktiv als auch nutzerfreundlich ist. Der Blick in die Zukunft zeigt, dass Klimaliebe durch kontinuierliche Weiterentwicklung und Anpassung an neue Herausforderungen und Nutzerbedürfnisse weiter an Relevanz gewinnen kann. Diese Arbeit unterstreicht, dass Design und Funktionalität Hand in Hand gehen müssen, um nachhaltige Veränderungen in der Gesellschaft zu bewirken.

## 6.1 Zukunftsausblick

Nach Abschluss der Konzeptentwicklung und Gestaltung steht die Entwicklung der App im Vordergrund, um sie den Nutzern zugänglich zu machen. Dafür ist die Zusammenarbeit mit einem Software-Entwickler erforderlich. Zudem müssen Patentrechte und Datenschutz-bestimmungen geklärt werden. Der Prozess der Entwicklung wird voraussichtlich noch einige Hürden mit sich bringen, welche der Umsetzung jedoch nicht im Weg stehen sollten.

## 6.2 Weiterentwicklung der App

Für eine zukünftige Weiterbearbeitung und Entwicklung der App, sind bereits einige Ideen geplant, die jedoch aus Zeitgründen in der Bachelorarbeit nicht umgesetzt werden konnten. Folgend werden diese erläutert.

1. Die App Klimaliebe ist vorerst für mobile Endgeräte wie Smartphones konzipiert. Zukünftig ist jedoch eine Erweiterung für Tablets oder eine Website durch ein responsives Design denkbar und wünschenswert. Eine Erweiterung für die

Darstellung auf Tablets und Websites erhöht die Reichweite der App und fördert ihre Verbreitung.

2. Eine zweite und sehr große Zukunftsaussicht ist es, den Nutzer über Augmented Reality, kurz AR, interaktiv in die App einzubinden. AR umfasst fiktive Elemente oder Welten, welche in eine reale Welt eingebunden werden. Diese können über eine passende AR-Brille oder einem mobilen Endgerät, wie ein Smartphone oder Tablet für den Nutzer sichtbar sein. Da es sich in meinem Fall um eine Applikation für ein mobiles Endgerät handelt und diese für Alltagsnutzer gedacht ist, wird es sich auf die Sichtbarkeit und Integrierung über ein mobiles Endgerät oder Tablet beschränken. Die Nutzung über eine AR-Brille würde die Anzahl an potenziellen Nutzern stark einschränken, da diese nicht zu den Alltagsgegenständen zählt und für alle Nutzer zugänglich ist.

   Ein Beispiel für eine AR-Welt wird wie folgt beschrieben: Der Nutzer befindet sich bis zur Hüfte im Meer, welches von oben auf den ersten Blick recht sauber erscheint. Wenn der Nutzer sich nun aber bückt, sodass er ins Wasser eintaucht, wird eine extreme Verschmutzung durch Plastikabfälle sichtbar. Als weitere Interaktion, im besonderen Fall für Nutzer mit AR-Brille, wäre eine Art Minispiel denkbar. Dabei hätte der Nutzer über Controller in einer Hand einen Behälter und in der anderen ein Netz. Dieses Netz wäre dafür gedacht, Müll aus dem Meer zu fischen und ihn in den Behälter zu packen, sozusagen das Meer von dem Müll zu befreien.

   Durch diesen Teil der Interaktion und Vorhaltung von akuten Umweltverschmutzungen oder Geschehnissen, soll ein größeres Verständnis erzeugt werden und dadurch zur Motivierung am Klimaschutz beitragen.

3. Eine weitere Option der Weiterentwicklung ist es, einen Codescanner in die App zu integrieren. Dabei soll es möglich sein, über Barcodes am Produkt im herkömmlichen Supermarkt oder in der Drogerie den $CO_2$-Ausstoß, der bei der Produktherstellung entstanden ist, nachzuvollziehen. Über Ampelfarben kann man dann erkennen, wie umweltfreundlich das Produkt hergestellt wurde oder ob überhaupt Informationen

dazu bekannt sind. So soll der Nutzer dazu gebracht werden, verschiedene Produkte zu vergleichen und sich bestenfalls für ein klimafreundlicheres Produkt zu entscheiden. Eine Verknüpfung zu bereits existierenden Apps ist denkbar.

4. Im Bereich der Organisationen soll eine weitere Gruppe ergänzt werden – Die Menschenrechtsorganisationen. Der Fokus liegt dann zwar weiterhin auf Umwelt- und Tierschutzorganisationen, jedoch beeinflusst der Klimawandel auch Gebiete, die bereits stark von Hungersnöten oder Abholzungen betroffen sind. Aus diesem Grund wird dem Nutzer damit die zusätzliche Möglichkeit gegeben, sich über Menschenrechtsorganisationen zu informieren.

5. Um eine erfolgreiche Vermarktung der App zu garantieren, muss sich zukünftig mit dem Thema Marketing beschäftigt werden. Hierunter fallen Punkte wie:
    a. Wie werde ich auf die App aufmerksam?
    b. Welche Druckprodukte müssen gestaltet und produziert werden und wo werden diese gezeigt?

    Eine erste Idee zum Thema Marketing ist Social Media, welches heutzutage aus dem alltäglichen Gebrauch von einem Großteil der Menschen nicht mehr wegzudenken ist. Hierfür bieten sich besonders die Kanäle Instagram, TikTok und Facebook an.

    Aber auch eine Erweiterung über eine zusätzliche Website wäre spannend, da dadurch nochmal mehr Inhalte auf einen Blick gezeigt werden können.

    Zudem sollten Printprodukte in verschiedenen Ausführungen erstellt werden. Passende Orte zum Verbreiten von Plakaten sind beispielsweise Schulen, Universitäten oder auch Events wie Berufsinformationstage, Messen oder Flohmärkte. Unterstützend werden die Informationen über Flyer an den Nutzer gebracht und in Form eines QR-Codes zur App geleitet. Die genannten Veranstaltungen ziehen zahlreiche Altersgruppen der definierten Zielgruppe an, da besonders Schüler häufig von ihren Eltern begleitet werden. Dadurch wird nicht nur

die jüngere Zielgruppe angesprochen, sondern ein breites Spektrum an Altersgruppen für die App gewonnen.

# Literaturverzeichnis


1. Alexandra Achenbach, *Nachhaltig, aber günstig! 111 Ideen für ein grünes Leben mit wenig Geld. Einfach, unperfekt und kreativ*, München: oekom verlag, 2023
2. Marcus Franken und Monika Götze, *Einfach öko. Besser leben, nachhaltig wohnen! 200 Tipps, die wirklich was bringen*, München: oekom verlag, 2017
3. Rohles et al., *Mediengestaltung der Ausbildungsbegleiter.* Bonn: Rheinwerk Verlag, 2019.
4. Monika Heimann und Michael Schütz, *Wie Design wirkt – Psychologische Prinzipien erfolgreicher Gestaltung*, Bonn: Rheinwerk Verlag, 2017.
5. Bruno P. Kremer, *Vom Referat bis zur Abschlussarbeit*, Berlin: Springer-Verlag, 2022
6. Bundeszentrale für politische Bildung, *Klimawandel,* Abrufdatum: 12.08.2024, https://www.bpb.de/themen/klimawandel/dossier-klimawandel/, 2024
7. Christopher Schrader - Bundeszentrale für politische Bildung, Abrufdatum: 12.08.2024, https://www.bpb.de/themen/klimawandel/dossier-klimawandel/517115/klimawandel-die-gestoerte-balance/, 2023
8. Yooks, *Alle Werkzeuge von Figma erklärt,* Abrufdatum: 13.07.2024, *https://www.youtube.com/watch?v=ib0EgAHeGEI*
9. Tim Gabe, *Master Figma Pen Tool in 6 Minutes (Beginner Tutorial),* Abrufdatum: 13.07.2024, *https://www.youtube.com/watch?v=d78yo84tnfA*
10. Klimabewegung Fridays for Future, Abrufdatum: 12.08.2024, https://fridaysforfuture.de/forderungen/
11. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Abrufdatum: 12.08.2024, https://www.bmz.de/de/service/lexikon/klimaabkommen-von-paris-14602
12. United Nations, Abrufdatum: 12.08.2024, https://www.un.org/en/about-us
13. Christoph Kochhan und Alexander Moutchnik, *Media Management – Ein interdisziplinäres Kompendium,* Wiesbaden: Springer Gabler, 2018

# Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Seitenübersicht .....16

Abb. 2: Komponenten „Header und Menü“ .....17

Abb. 3 Startbildschirm 2 .....18

Abb. 4: Startbildschirm 1 .....18

Abb. 5: App Icon .....18

Abb. 6: Screen „Begrüßung Ino 1“ .....19

Abb. 7: Screen „Begrüßung Ino 2“ .....19

Abb. 8: Screen „Begrüßung Ino 3“ .....19

Abb. 9: Screen „Begrüßung Ino 4“ .....19

Abb. 10: Screen „Los geht’s“ .....19

Abb. 11: Screen „Hauptbildschirm 1“ .....20

Abb. 12: Screen „Hauptbildschirm 1 mit Menü“ .....20

Abb. 13: Screen „Hauptbildschirm 2“ .....21

Abb. 14: Screen „Hauptbildschirm 2 mit Menü“ .....21

Abb. 15: Screen „Hauptbildschirm 2 Pop-Up“ .....21

Abb. 16: Screen *Übersicht Aktionen“.....22

Abb. 17: Screen „Puzzleteile sammeln“.....22

Abb. 18: Screen „Puzzleteile sammeln Anmeldung“ .....22

Abb. 19: Screen „Aktions Pop-Up“.....23

Abb. 20: Screen „Übersicht Tipp des Tages“.....23

Abb. 21: Screen „Tipp des Tages“ .....23

Abb. 22: Screen „Kleidung“.....26

Abb. 23: Screen „Nachhaltig einkaufen“ .....26

Abb. 24: Komponente Untermenü ....26
Abb. 25: Screen "Mein Klima Beitrag" ....27
Abb. 26: Screen „Mein Klima Beitrag Kategorien“ ....27
Abb. 27: Screen „Mein Klima Tracker Pop-Up 2“ ....28
Abb. 28: Screen „Mein Klima Tracker Pop-Up1“ ....28
Abb. 29: Screen „Mein Klima Tracker“ ....28
Abb. 30: Screen „Klima Community Pop-Up” ....29
Abb. 31: Screen „Mein Profil“ ....29
Abb. 32: Screen „Klima Community“ ....29
Abb. 33: Screen „Mein Profil Beiträge“ ....30
Abb. 34: Screen „Beitrag teilen“ ....31
Abb. 35: Screen „Gespeicherte Beiträge“ ....31
Abb. 36: Screen „Gefällt mir Beiträge“ ....31
Abb. 37: Screen „Aktiv werden 1“ ....32
Abb. 38: Screen „Freiwillige Projekte“ ....32
Abb. 39: Screen „Organisationen 1“ ....32
Abb. 40: Screen „Organisationen 2“ ....33
Abb. 41: Screen „Bewertung 1“ ....34
Abb. 42: Screen „Bewertung1 Hover“ ....34
Abb. 43: Screen „Bewertung 2“ ....34
Abb. 44: Screen „Bewertung Pop-Up“ ....35
Abb. 45: Screen „Bewertung 3“ ....35
Abb. 46: Screen „Bewertung 2 Hover“ ....35
Abb. 47: Screen „Einstellungen“ ....36

Abb. 48: Screen „Mitteilungen“ .....37

Abb. 49: Screen „Allgemein“.....37

Abb. 50: Screen „Profileinstellungen“ .....37

Abb. 51: Screen „Datenschutz“.....39

Abb. 52: Screen „Impressum“.....39

Abb. 53: Screen „Über Uns“ .....39

Abb. 56: Screen „Anmeldung Klima Tracker“.....40

Abb. 57: Screen „Anmeldung Klima Beitrag“ .....40

Abb. 54: Screen „Anmeldung Gespeicherte Beiträge“ .....40

Abb. 55: Screen „Anmeldung Klima Community“.....40

Abb. 58: Entwicklungsprozess 1.....49

Abb. 59: Entwicklungsprozess 2.....50

Abb. 60: Farb Entwicklung.....51

Abb. 61: Logo Entwicklung 1 .....52

Abb. 62: Logo Entwicklung 2.....53

Abb. 63: Entwicklungsprozess 3.....54

Abb. 64: Positive Darstellungsweise Logo Klimaliebe.....55

Abb. 65: Negative Darstellungsweise Logo Klimaliebe .....55

Abb. 66: Definition Logo .....56

Abb. 67: Logo „Do’s“.....57

Abb. 68: Logo „Don’ts“.....58

Abb. 69: Hauptfarben und Komponentenfarben .....59

Abb. 70: Seitenfarben.....60

Abb. 71: Textfarben .....61

Abb. 72: Farbkreis, Quelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Farbkreis .....61

Abb. 73: Übersicht Icons .....64

Abb. 74: Komponenten 1.....66

Abb. 75: Komponenten 2.....67

Abb. 76: Komponenten 3.....69

Abb. 77: Pop-Ups.....72

Abb. 78: Buttons und Icons .....73

Abb. 79: Schrift Logo.....75

Abb. 80: Entwicklung Leitmotiv „Ino“ 1 .....79

Abb. 81: Finale Darstellung Leitmotiv „Ino“.....80

# Abkürzungsverzeichnis

App – Applikation / Anwendung

ASO – App Store Optimization

AR – Augmented Reality

DIY – „Do it Yourself” sind Anleitungen zum Selbstmachen

f. – folgende (1 weitere Seite)

ff. – fortfolgende (mehr als 1 weitere Seite)

iOS – Betriebssystem Apple

KI – künstliche Intelligenz

UI – User Interface

UX – User Experience

# Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sammlung erster Organisationen und Projekte .....44

Tabelle 2: Sammlung Tipps .....46

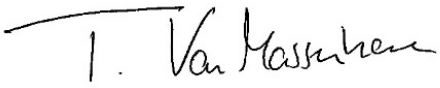
Tabelle 3: Übersicht Schrift Definitionen .....76

Tabelle 4: Übersicht Schrift Anwendung .....77

# Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig und ohne unerlaubte fremde Hilfe angefertigt, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Detmold, den 23.08.2024



(Unterschrift)