h_da hochschule darmstadt

member of EUT+ EUROPEAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

DoLu - Donnerstags Lunch

DOLYO

Projekt, 2. Semester, 2025
Studiengang Interactive Media Design

Eileen Wirsing (1122003)
Larissa Blam (1134186)

Betreut von Andrea Krajewski, Dieter Stasch und Torben Toepper



Inhalt

Abstract

Konventionen und Begriffe

Methode

Thema, Motivation & Fokus 1

Recherche 2

Projekt-Definiton 3

Konzept 4

Realisierung 5

Produkt/System 6

Diskussion und Fazit 7

Quellen 8

Anhang 9

Erklärung 10

Abstract

Beinahe wöchentlich veranstalteten wir semesterübergreifend ein sogenanntes **DoLu** - einen „**Donnerstags Lunch**", eine Tradition der wir sehr gerne beiwohnten. Jeder bringt etwas mit, eventuell wird noch etwas vorbereitet und dann zusammen gegessen. Während es zu Beginn noch problemlos stattfand, kamen nach einigen Treffen bereits die ersten Komplikationen auf.

Was also in der Theorie nach einem entspannten Nachmittag klang, warf in der Praxis leider doch mehrere Schwachstellen auf.

Angefangen bei der Organisation; da drei Semester plus Dozenten daran beteiligt waren, gestaltete sich die Kommunikation als schwierig. „Findet es statt oder nicht? Was wollen wir essen? Wer bringt was mit? Wie viel brauchen wir?" - waren einige der wichtigsten Fragen zur Organisation. Kommuniziert wurde zwar über die von der Hochschule empfohlene Lernplattform „Moodle" und eine interne WhatsApp-Gruppe, doch übersichtlich war das keinesfalls.

Zudem kam, dass die meisten von uns Studenten entweder zu wenig Zeit zum Einkaufen hatten oder es schlichtweg vergessen haben. Ein weiteres Problem war der Transport der Lebensmittel; viele der Studenten kamen mit dem Fahrrad oder öffentlichen Verkehrsmitteln, wobei sie teilweise bis zu Stunden unterwegs waren.

Uns, **Eileen und Larissa**, war klar: So kann das nicht weitergehen. Was wäre, wenn es eine Plattform gäbe, worauf wir sowohl Rezepte zur Verfügung hätten, jeder mitbestimmen könnte, was es zu Essen geben soll, als auch sich für Zutaten eintragen könnte und diese direkt geliefert bekommen würde - ein „All around Problemlöser" eben? Ein weiteres Problem gab es allerdings noch - die Möglichkeiten in der Hochschule zu kochen waren und sind sehr begrenzt. Was wäre also, wenn wir noch zusätzlich eine Option anbieten eine nahegelegene Küche zu mieten?

Somit war unser Semesterprojekt geboren. Ein Mix aus unseren jeweiligen Projekten des ersten Semesters: Larissas Projekt „DoLuDeLi" und Eileens Projekt „TasteTalyo", wurde zu „**DOLYO**".

Durch Interviews und Recherche entstand unsere Projektfragestellung „**Wie könnten wir durch ein interaktives Erlebnis für Studenten, die gestresst sind, den Prozess des gemeinsamen Kochens mit Kommilitonen, unbeschwert gestalten?**".

Unsere zentralen Ergebnisse lassen sich insofern zusammenfassen, dass eine solche Plattform, mit den erarbeiteten Anforderungen der Studenten mit hoher Wahrscheinlichkeit Anklang finden würde, allerdings handelt es sich um ein in der Umsetzung sehr umfangreiches Projekt.

Konventionen und Begriffe

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Arbeit das **generische Maskulinum** verwendet. Die verwendeten **Personenbezeichnungen** beziehen sich **neutral auf alle Geschlechter**.

Zitiert wurde in der **deutschen Zitierweise** mit Verweis der Quellen als **Fußnoten** in der **Marginalspalte**. Eine Marginalspalte befindet sich nur auf denjenigen Seiten, auf denen sie durch das Verwenden von Zitaten notwendig wird.

Abbildungen wurden **nummeriert mit Titel** dargestellt und sind im gleichen Stil im Abbildungsverzeichnis einsehbar.

Erläuterung verwendeter Fachbegriffe und Abkürzungen

- „**DoLu**" steht für „Donnerstags Lunch"[1]
- „**Moodle**" ist eine von der Hochschule und ihren Mitgliedern genutzte Lernplattform, auf der verschiedene Inhalte freigegeben werden.
- „**Top-rounded rectangle**" ist eine geometrische Form, die einem Rechteck entspricht, bei dem nur die oberen beiden Ecken abgerundet sind, während die unteren Ecken rechtwinklig (spitz) bleiben.[2]
- „**Figma**" ist ein browserbasiertes Design- und Prototyping-Tool, das hauptsächlich für die Gestaltung von Benutzeroberflächen (UI) und Benutzererfahrungen (UX) verwendet wird. Es ermöglicht Designern und Teams, in Echtzeit zusammenzuarbeiten.[3]
- „**Lo-Fi (Low-Fidelity) Wireframes**" sind einfache, schematische Entwürfe von Benutzeroberflächen, die verwendet werden, um Aufbau, Inhalte und

[1] Erläuterung s. Seite 5 „Abstract"

[2] MDN Web Docs: border-radius – CSS. Mozilla Foundation, zuletzt 08.07.2025, https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/CSS/border-radius

[3] Figma Inc.: Was ist Figma??, zuletzt 08.07.2025, https://help.figma.com/hc/en-us/articles/360040514913

grundlegende Funktionen einer digitalen Anwendung darzustellen. Sie verzichten bewusst auf visuelle Details wie Farben, Bilder oder ausgefeilte Typografie und dienen in frühen Designphasen der schnellen Konzeptentwicklung sowie der Kommunikation im Team und mit Stakeholdern.[1]

- „**Hi-Fi (High-Fidelity) Wireframes**" sind detaillierte, maßstabsgetreue Entwürfe digitaler Benutzeroberflächen, die dem finalen Design in Struktur, Inhalt und visueller Gestaltung sehr nahekommen. Sie enthalten konkrete Elemente wie Farben, Typografie, Icons und meist auch reale Inhalte. Hi-Fi Wireframes werden in späteren Phasen des Designprozesses eingesetzt, insbesondere zum Usability-Testing und zur finalen Abstimmung mit Stakeholdern.[2]
- „**Astro-Projekt**" ist eine strukturierte Sammlung von Konfigurationsdateien, Komponenten, Seiten und Assets, die mit dem Webframework Astro erstellt wurde. Die Architektur und Modularität von Astro ermöglichen eine effiziente Zusammenarbeit in Entwicklerteams: Aufgaben wie Layout-Erstellung, Komponentendesign und Datenintegration lassen sich klar aufteilen. Durch die Verwendung von Komponenten und Standards wie Markdown, serverseitigem Rendering und APIs eignet sich Astro besonders gut für arbeitsteilige Workflows in agilen Webprojekten.[3]
- „**Visual Studio Code (VS Code)**" ist ein kostenloser, quelloffener Quelltext-Editor von Microsoft, der für die plattformübergreifende Softwareentwicklung entwickelt wurde. Er bietet eine Vielzahl von Funktionen wie Syntaxhervorhebung, Debugging, integrierte Git-Unterstützung, Erweiterungen und eine anpassbare Benutzeroberfläche, die Entwicklern eine effiziente und flexible Arbeitsumgebung bietet.[4]
- „**GitHub**" ist eine webbasierte Plattform zur Versionsverwaltung und Zusammenarbeit bei Softwareprojekten. Sie basiert auf dem Versionskontrollsystem Git und ermöglicht Entwickler:innen, Quellcode zu hosten, gemeinsam zu bearbeiten, Änderungen nachzuverfolgen und über Funktionen wie Pull Requests, Issues und Code-Reviews effizient im Team zu arbeiten.[5]
- „**Stepper**"ist ein UI-Element, das den Fortschritt innerhalb eines mehrstufigen Prozesses visuell darstellt und die Nutzerführung unterstützt.[6]

[1] Vgl. Jenny Preece, Yvonne Rogers und Helen Sharp: Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction, 4. Aufl., Hoboken: Wiley, 2015, S. 123.

[2] Vgl. Jenny Preece, Yvonne Rogers und Helen Sharp: Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction, 4. Aufl., Hoboken: Wiley, 2015, S. 124.

[3] Vgl. Astro: „Project Structure", in: Astro Documentation, zuletzt 08.07.25, https://docs.astro.build/en/core-concepts/project-structure/

[4] Vgl. Microsoft: Visual Studio Code Documentation, zuletzt 08.07.25, https://code.visualstudio.com/docs

[5] Vgl. GitHub: „About GitHub", zuletzt 08.07.25, https://docs.github.com/en/get-started/quickstart/about-github

[6] Vgl. Interaction Design Foundation: Progress Indicators and Steppers – How to Design Them Right, 2021, zuletzt 09.07.25, https://www.interaction-design.org/literature/article/progress-indicators-and-steppers-how-to-design-them-right

Methode

Im Rahmen unserer **Recherche** kamen verschiedene Methoden zum Einsatz. Im Usability-Labor der Hochschule nutzten wir im Rahmen des „Uselab“-Electives sowohl empirische Methoden zur Nutzerverständnisbildung als auch zur Usability-Evaluation. Dazu gehörten qualitative **Leitfadeninterviews** mit zwei Studierenden, welche die Zielgruppe widerspiegeln. Die Interviews wurden moderiert, per **Thinking-Aloud-Protokoll** begleitet, anschließend transkribiert, paraphrasiert und inhaltlich codiert, um zentrale Erkenntnisse systematisch herauszuarbeiten. Ergänzend führten wir Tests mit **Papierprototypen** durch, an denen drei weitere Testpersonen teilnahmen.
Des Weiteren betrieben wir Sekundärforschung zur thematischen Einordnung, Benchmark-Analyse und wertebasierten Kontextualisierung. Dies geschah im Rahmen klassischer **Desk Research**.
Zur **Projektdefinition** nutzten wir strukturierende Methoden wie das Erstellen eines Design-Briefs, den Elevator Pitch, die Value Proposition sowie die Stakeholdermap.

Im Bereich der **Konzeption** kamen vielfältige Methoden zum Einsatz:
Für Ideation und Strukturierung erstellten wir eine Mindmap und einen Konzeptbaukasten. Zur Zielgruppenanalyse entwickelten wir eine Persona und eine Experience Map zur Darstellung der emotionalen Nutzerreise(User journey). Die visuelle Tonalität und Stimmung bestimmten wir mithilfe eines Moodboards sowie durch eine bewusste Gestaltung des Markencharakters. Im Bereich Flow und Szenarien arbeiteten wir mit einem Storyboard bzw. Animatic sowie Low- und High-Fidelity-Wireframes.
Schließlich schärften wir mit Value Proposition, Slogan und Service-Versprechen unsere Kernbotschaft und Wertebasis.

1 Thema, Motivation & Fokus

Unser **übergreifendes Semesterthema** war „**DoLu**", unser Donnerstagslunch. Hierbei interessierte uns besonders die Dynamik des Studiengangs, sowohl Studenten als auch Dozenten kamen hier aus ihrer Komfortzone heraus und führten gemeinsam interessante Gespräche. Unser Studiengang zeigte so wiedermal, wie unikat er doch ist. Es ist etwas ganz besonderes in einer solch familiären Umgebung studieren zu dürfen. Wir sind uns sicher, nicht nur die geringe Anzahl Studenten in unserem Studiengang führt zu diesen Verbindungen - um sich eine Gemeinschaft aufzubauen gehört sehr viel mehr dazu. Deshalb interessierte uns dieser Aspekt am DoLu am meisten - der für Außenstehende unbegreifliche Zusammenhalt verschiedenster Persönlichkeiten.

Eben darum waren wir umso trauriger, dass die Anzahl dieser Veranstaltungen immer mehr nachließ. Uns fiel schnell auf, woran das lag: Mit drei Semestern und dazu den Dozenten einen solchen Lunch zu organisieren ist gar keine leichte Aufgabe.

Also überlegten wir uns, wie wir die Organisation des DoLus für alle Beteiligten erleichtern könnten.
Wir entwickelten die Idee, eine Webanwendung zu erstellen, welche es den Teilnehmern ermöglichen sollte, sich vollkommen auf das Genießen des DoLus zu konzentrieren, ohne zusätzlichen Stress. Dieser entstand durch das vorherige Bestimmen eines Gerichts, das Aufteilen der Zutaten und schließlich natürlich die Besorgung der Lebensmittel. Was vorher mühselig über Moodle in einer einzigen Tabelle organisiert werden musste, würde nun ganz bequem via Umfragen auf einer prozessübergreifenden Plattform stattfinden.

Sogar das Besorgen und der darauffolgende Transport der Lebensmittel würde die Teilnehmer nicht mehr belasten, durch einen integrierten Lieferservice wären diese Probleme gelöst.

Wir fokussieren uns also auf den **Service vor dem DoLu**, damit das DoLu zu einer gemeinsamen Auszeit vom stressigen Alltag wird und nicht noch zusätzlich für Stress sorgt. Ganz unter dem Leitgedanken: **Unbeschwert genießen** - Genuss ohne Stress.

2 Recherche

Folgend eine Zusammenfassung, vgl. P2 Recherchedokumentation im Anhang

Ziel der Recherche war es herauszufinden, wie gemeinsames Kochen Studierenden ein Gefühl von Unbeschwertheit vermitteln kann. Dazu wurden Literatur, Statistiken, Expertenbeiträge und Interviews ausgewertet.

Rahmenbedingungen: Studierende zwischen 21–23 Jahren leben meist in WGs, haben ein knappes Budget (< 867 €/Monat) und arbeiten nebenbei. Zeit- und Geldmangel erschweren eine gesunde Ernährung. Gleichzeitig leiden viele unter Stress, Erschöpfung und Einsamkeit – das Bedürfnis nach sozialen, entspannenden Momenten ist hoch.

Unbeschwertheit wird laut Positiver Psychologie als Moment der Leichtigkeit und Freude verstanden – besonders dann spürbar, wenn Grundbedürfnisse, soziale Interaktion und Selbstwirksamkeit zusammenkommen. Kochen erfüllt diese Bedingungen: Es kann Flow erzeugen, Erinnerungen wecken und durch gemeinsames Handeln positive Emotionen auslösen.

Interviews zeigten: Studierende empfinden gemeinsames Kochen als interaktiv, verbindend und stressabbauend. Es vermittelt Erfolgserlebnisse und schafft soziale Nähe. Die Kombination aus Selbstverwirklichung, Genuss und Gemeinschaft macht Kochen zum idealen Zugang zur Unbeschwertheit.

Aus **Paper Prototype Tests** wurde klar, dass teils unsere Wortwahl für einen Button ungenau war, dies haben wir dann angepasst und dabei die mögliche Stimmung der Tonalität beachtet.

Des weiteren wurde die größere Auswahl an zu wählbaren Lieferzeiten der Lebensmitteln genutzt und bestätigte somit dessen Notwendigkeit.

Fazit für den Service: Der geplante digitale Service soll Studierende unkompliziert zum Kochen zusammenbringen – mit Fokus auf sozialem Austausch, lockerer Atmosphäre und praktischer Unterstützung (z. B. einfache Rezepte, Organisation). **Ziel** ist, Stress zu reduzieren, Gemeinschaft zu fördern und gesunde Ernährung leichter zugänglich zu machen. Die **zentrale Frage**: Wie können wir durch gemeinsames Kochen ein leichtes, positives Erlebnis für gestresste Studierende gestalten?

3 Projekt-Definition

In unserem Projekt sind **Studierende** als Hauptnutzer wichtige **Stakeholder** und erwarten Vernetzungsmöglichkeiten und gute Lebensmittelversorgung. **Lieferanten, Lebensmittelgeschäfte**, Vermieter der Küchen sowie Hausmeister an den Küchenstandorten streben nach zusätzlichen Einnahmen, Reputation und Kundengewinnung. Die **Hochschule** als Betreiber ist an einem reibungslosen Ablauf interessiert, das Gesundheitsamt achtet auf die Einhaltung von Hygienevorschriften. Um den unterschiedlichen Interessen gerecht zu werden, müssen wir im Design Transparenz, einfache Integrationen (z. B. in bestehende Plattformen), klare Zuständigkeiten und hygienische Standards sicherstellen.

Wettbewerb besteht vor allem durch **etablierte Lebensmittel-Lieferservices** (Rewe, Edeka, Aldi, Lidl) sowie Plattformen wie Lieferando, Flink oder Flaschenpost. Als Benchmarks dienen u. a. **Lieferkosten**, Mindestbestellwert und Liefergebiet. Zentrale Trends sind der demografische Wandel und technischer Fortschritt – insbesondere die zunehmende Nutzung digitaler Lieferservices und die wachsende Erwartung an Flexibilität und Komfort. Diese Entwicklungen gilt es zu berücksichtigen.

Unser Leitbild lautet: Studierende sollen sich **unbeschwert** und unkompliziert am gemeinschaftlichen Kocherlebnis beteiligen können. Ziel ist eine funktionale, nutzerfreundliche Webanwendung, die die Rolle der Interaktionspartner klar definiert: Studierende als Nutzer und eine unterstützende Plattform („Berater“), die Organisation und Kommunikation ermöglicht.

Unser Angebot richtet sich an Studierende, deren Küchen oft eingeschränkt ausgestattet sind und die nicht die Zeit haben, oft Lebensmittel einzukaufen oder die Mittel, diese zu transportieren. Die Anwendung unterstützt sie dabei, vor dem Kochen ein Gericht auszuwählen, Zutaten zu bestellen und das Kocherlebnis zu organisieren. Das Projekt bietet **studentische Küchen** und eine integrierte Kooperation mit Lebensmittelhändlern für Lieferservices.

4 Konzept a) übergreifend

Wer mit wem - warum - wie - in welchem Kontext - was genau womit?

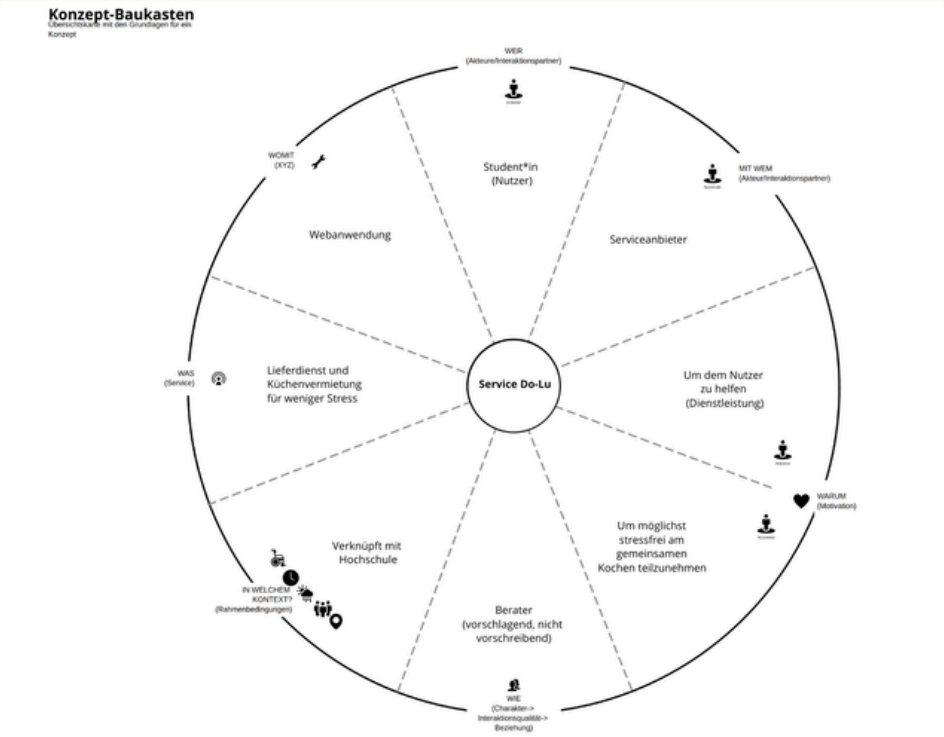


Abbildung 1: Konzept-Baukasten

Was wollen wir mit dem Konzept erreichen und wie?

Unser Ziel ist es, durch die umfangreiche Webanwendung den Studenten ein stressfreies DoLu zu ermöglichen.

Woraus besteht der Service? - Nutzungs-Szenario

Der Service beginnt bei dem Stöbern nach Rezepten, dann eines vorzuschlagen und darauffolgend gemeinsam für eines von zwei aufgestellten, aber zufällig gewählten Rezepten abzustimmen.

Weiterhin benachrichtigt zu werden, welches Gericht es letztendlich geben wird. Dann gibt es die Möglichkeit sich für Zutaten einzutragen und sie daraufhin direkt bei einem der Partnermärkte zu einem gewünschten Lieferort und einer Lieferzeit zu bestellen.

Als Lieferort kann einer der beiden „Wohlfühlorte", an denen das DoLu stattfinden kann, ausgewählt werden. Bei den Wohlfühlorten handelt es sich um einen Raum der Hochschule selbst oder sobald feststeht, dass gekocht wird, eine dann bereits gemietete Küche.

Nach Empfangen der Lieferung gibt es noch die Möglichkeit den Lieferanten zu bewerten und seine Bewertungen einzusehen. Ebenso ist es möglich die Räumlichkeiten der Hochschule und der gemieteten Küche zu bewerten und die jeweiligen Bewertungen einzusehen.

Interaktionskonzept - wer soll mit wem interagieren und womit?

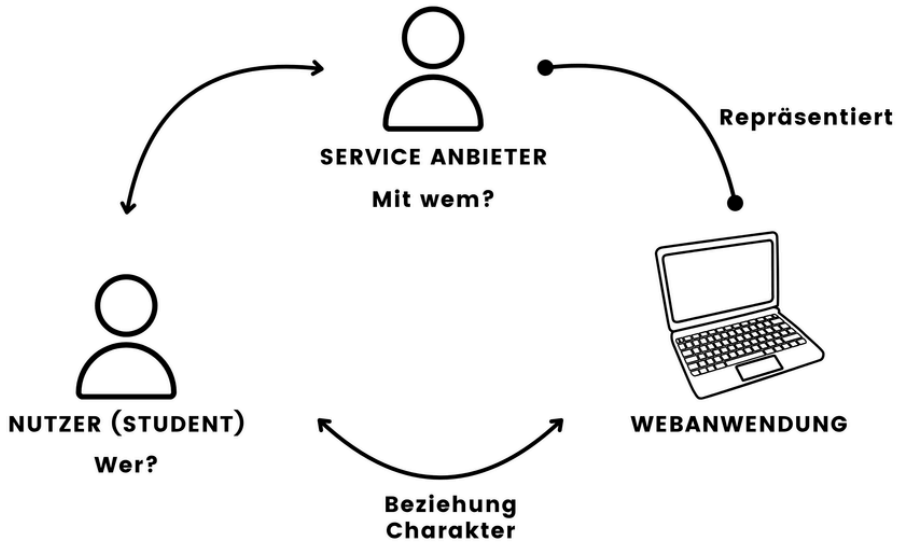


Abbildung 2: Interaktionskonzept

In Abbildung 2 wird das Interaktionskonzept verdeutlicht. Der **Nutzer**, in dem Fall der Student interargiert mit dem **Service Anbieter**, wobei dieser von der **Webanwendung** repräsentiert wird. Der Nutzer und die Webanwendung stehen in Beziehung miteinander, wobei der Charakter der Anwendung spürbar wird.

Charakter der Anwendung

Der Charakter der Anwendung entspricht einem **Berater**. Er übernimmt eine beratende Rolle, indem er dem Nutzer mehrere Entscheidungsmöglichkeiten offen lässt.

Die Beziehung verläuft auf Augenhöhe, der Berater akzeptiert Entscheidungen, schlägt dennoch neue Möglichkeiten vor.

Dies verdeutlichen seine Attribute: Er zeigt sich professionell, seriös, informiert und vertrauensvoll. Verfügt über eine fachliche Kompetenz, Kommunikationsstärke und Empathie.

4 Konzept b) Feinkonzept

Value Proposition

Für **kochbegeisterte Student*innen**	Zielgruppe
die **Schwierigkeiten bei der Organisation, Umsetzung und Teilnahme an einem DoLu haben**	Anforderungen/Nutzen/Chance
ist **DOLYO eine Webanwendung,**	Unternehmen/Produkt/Leistung
die die **Dienstleistungen Verwaltung** (interaktive Organisation), **Lieferservice** und **Küchenvermietung kombiniert**	Kategorie
das den Student*innen **die Teilnahme** an einem **DoLu maßgeblich erleichtert.**	
Im Gegensatz zu **klassischen Lieferwebsiten**	Wettbewerb/Alternativen
berücksichtigt DOLYO den vielschichtigen Prozess eines DoLus.	Differenzierung

Touchpoints

Da unsere Anwendung hochschulintern genutzt werden sollte, zählt zu unseren Touchpoints besonders Mundpropaganda durch Kommilitonen und Dozenten. Ein weiterer Touchpoint wäre die Hochschul-Website und -Pinwand, daneben natürlich noch unsere eigene DOLYO-Website.

Experience-Map

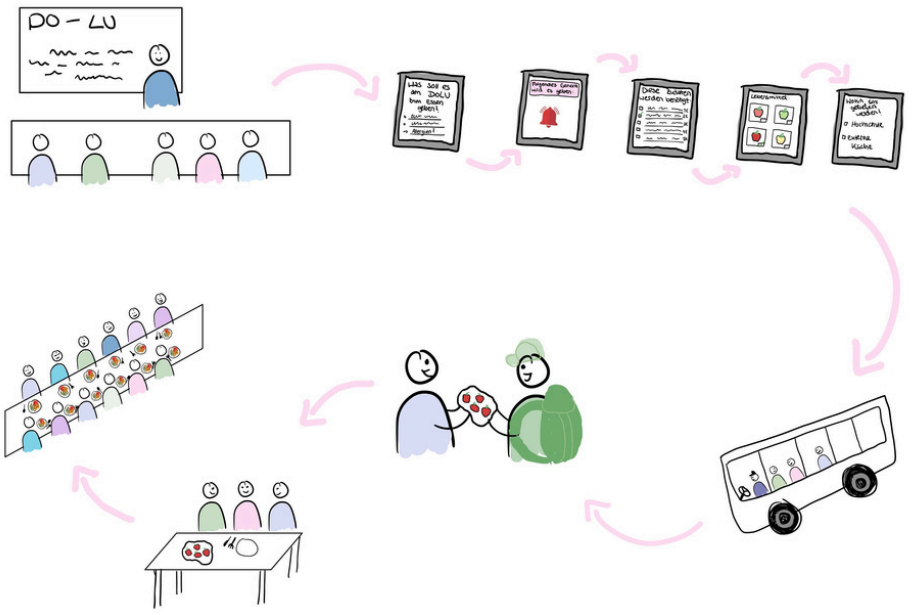


Abbildung 3: Experience-Map

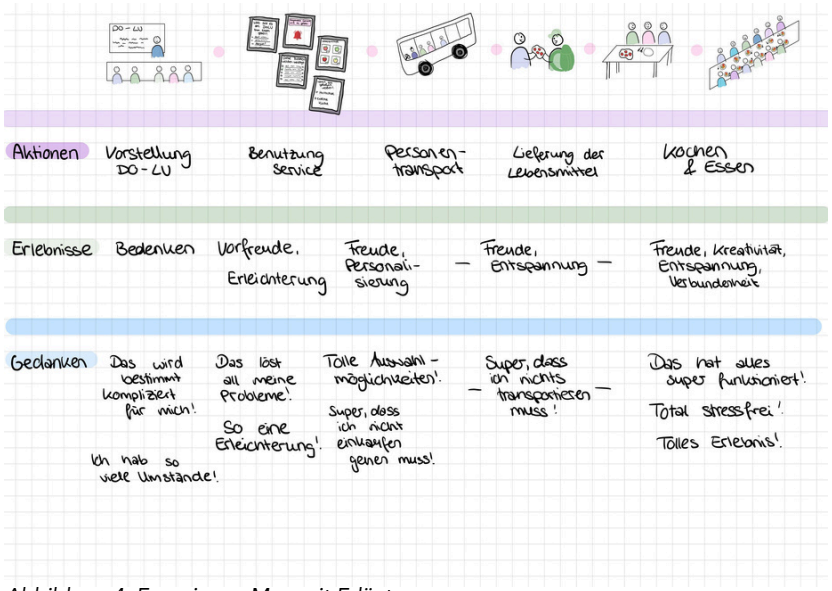


Abbildung 4: Experience-Map mit Erläuterungen

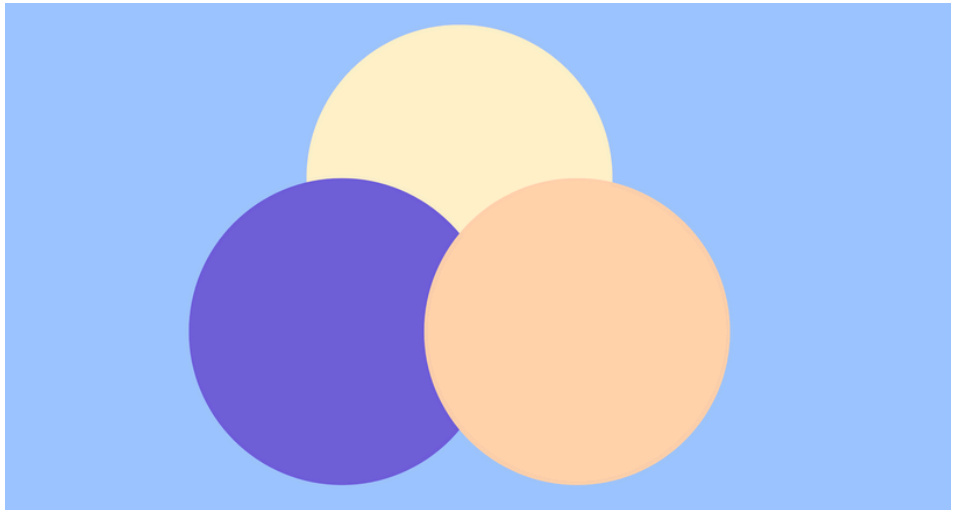


Abbildung 5: Farbschema 1

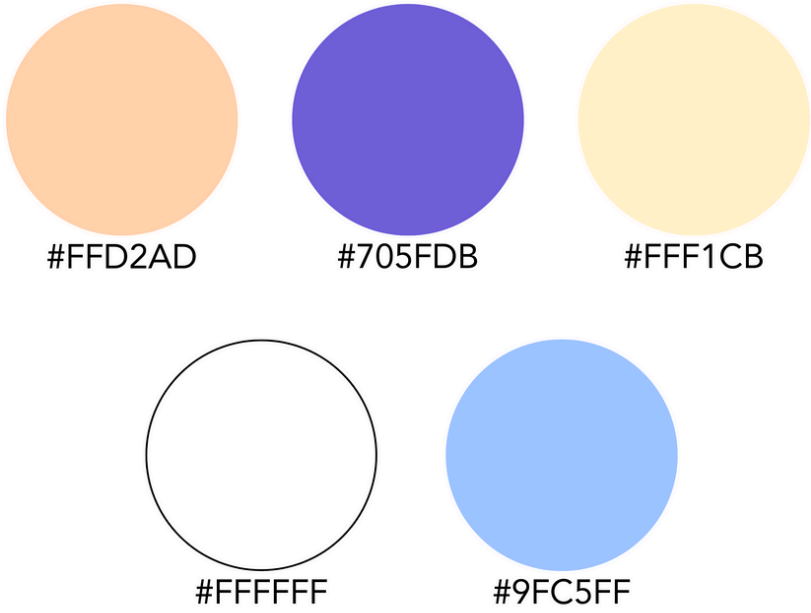


Abbildung 6: Farbschema 1 Hexa-Codes

Gestalterische Maßnahmen

Die folgenden Beschreibungen beziehen sich zunächst nur auf unseren **Prototypen**. Dargelegt werden also unsere Idee, **ohne Anspruch auf vollständige Umsetzung in der Webanwendung**.

Für unser **Farbschema** wählten wir zuerst eine pastellige Farbpalette aus einem Himmel-Blau, Nacht-Violett und Aprikosen-Orange und Butter-Gelb. Wir wählten diese Farben, weil sie Unbeschwertheit ausdrücken sollten. Zunächst empfanden wir diesen Komplementär-Kontrast als angenehm, dann fiel allerdings auf, dass die Farbkombination zudem einen Kalt-Warm-Kontrast widerspiegelt - was wiederum dem Gegenteil unserer Intention entspricht.

Daraufhin bewegten wir uns weg von dem tristen Farbspiel, hin zu freundlicheren Farben, die dennoch Leichtigkeit vermitteln. Zudem haben wir sie positiv auf Barrierefreiheit getestet.

Wir entschieden uns letztendlich als Hauptfarben für ein Rosen-Pink, ein Sage-Grün und ein Pastell-Lila. Für den Text wählten wir Schwarz (#000000) und Weiß (#FFFFFF).

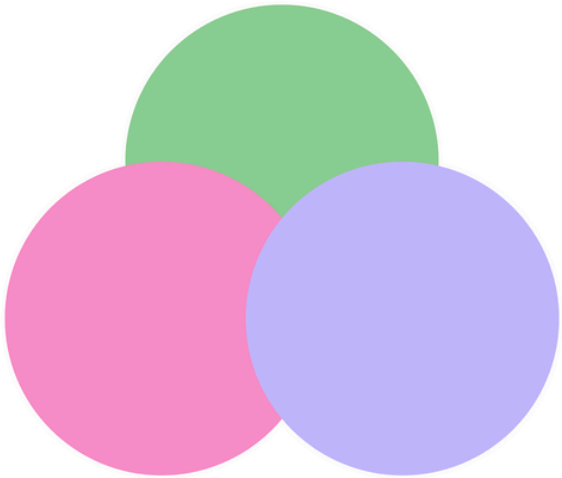


Abbildung 7: Farbschema 2



Abbildung 8: Farbschema 2 Hexa-Codes

Als **Typographie** wählten wir für mögliche Headlines die Schriftart Louisville I, für Texte einigten wir uns auf die Schriftart Avenir.

Bisher fanden wir allerdings keine Verwendung für die Schriftart Louisville I.

COOK EASY, EAT HAPPY -
GEMEINSAM GENIEßEN WAR NIE EINFACHER

Slogan abgebildet in Typo Louisville I

Bei den **Icons** entschieden wir uns bewusst für klar verständliche Symbole, wie beispielsweise ein Haus für Home, ein Briefumschlag für Nachrichten oder ein Fragezeichen als Erklärung für DoLu.

Den **Header** trennten wir durch eine verspielte Welle vom Body der Website, um die Unbeschwertheit erneut aufzugreifen.

Außerdem platzierten wir auf der Home-Seite drei „**Top-rounded rectangles**" als Buttons in den Hauptfarben, welche durch Klicken auf weitere Seiten navigieren. Beim wechseln der Seiten wachsen sie als **Micro-Animation (Larissas Einzelabgabe)** in die Höhe. Ziel davon war ein weiteres verspieltes Element einzubauen, das den eintönigen Prozess aufheitert, zusätzlich dienen sie aber auch im weiteren Handlungsverlauf als Präsentationsfläche.

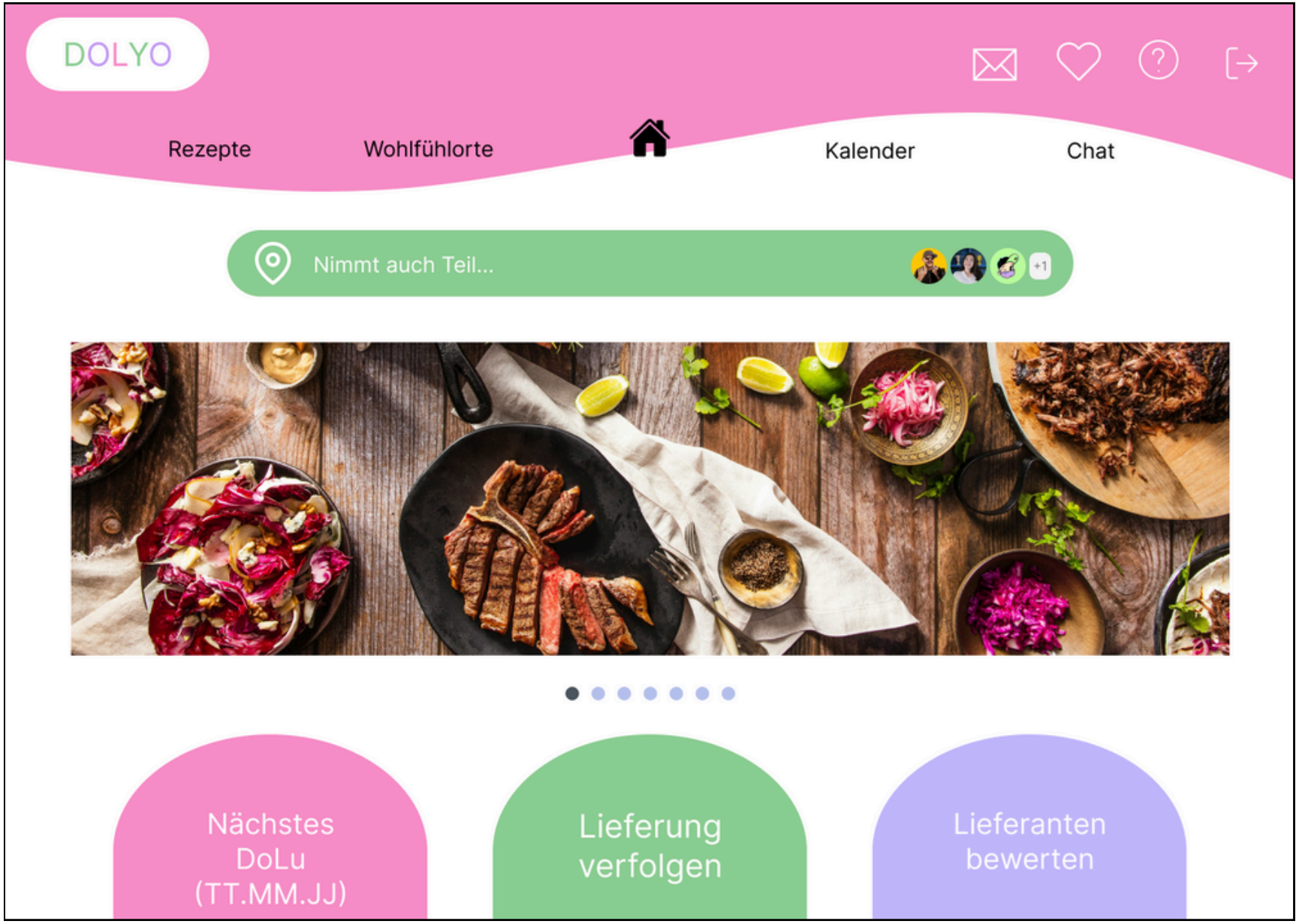


Abbildung 9: Drei Top-rounded rectangles auf Home Seite

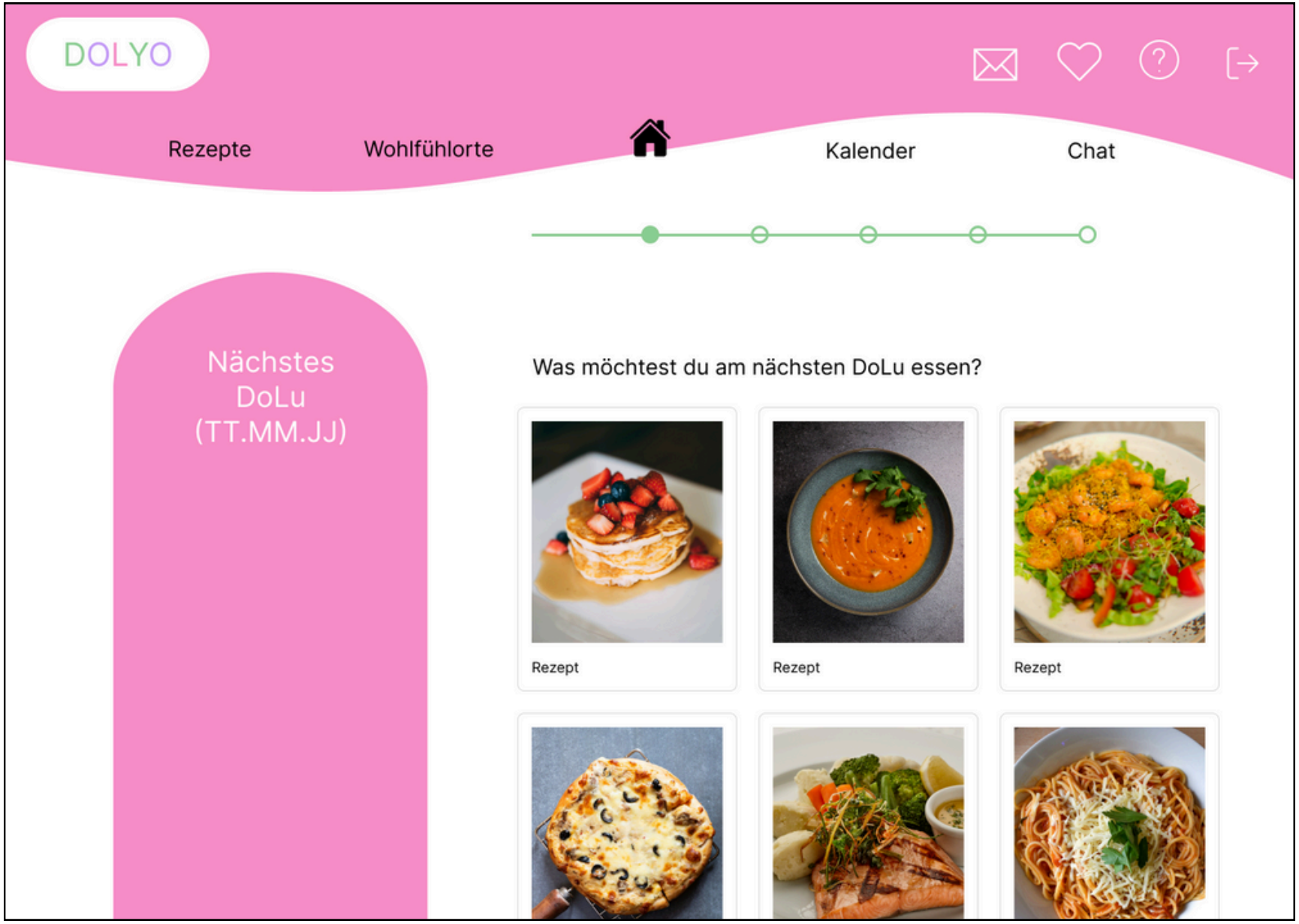


Abbildung 10: Top-rounded rectangle Animation nach Klick/Navigation zur nächsten Seite

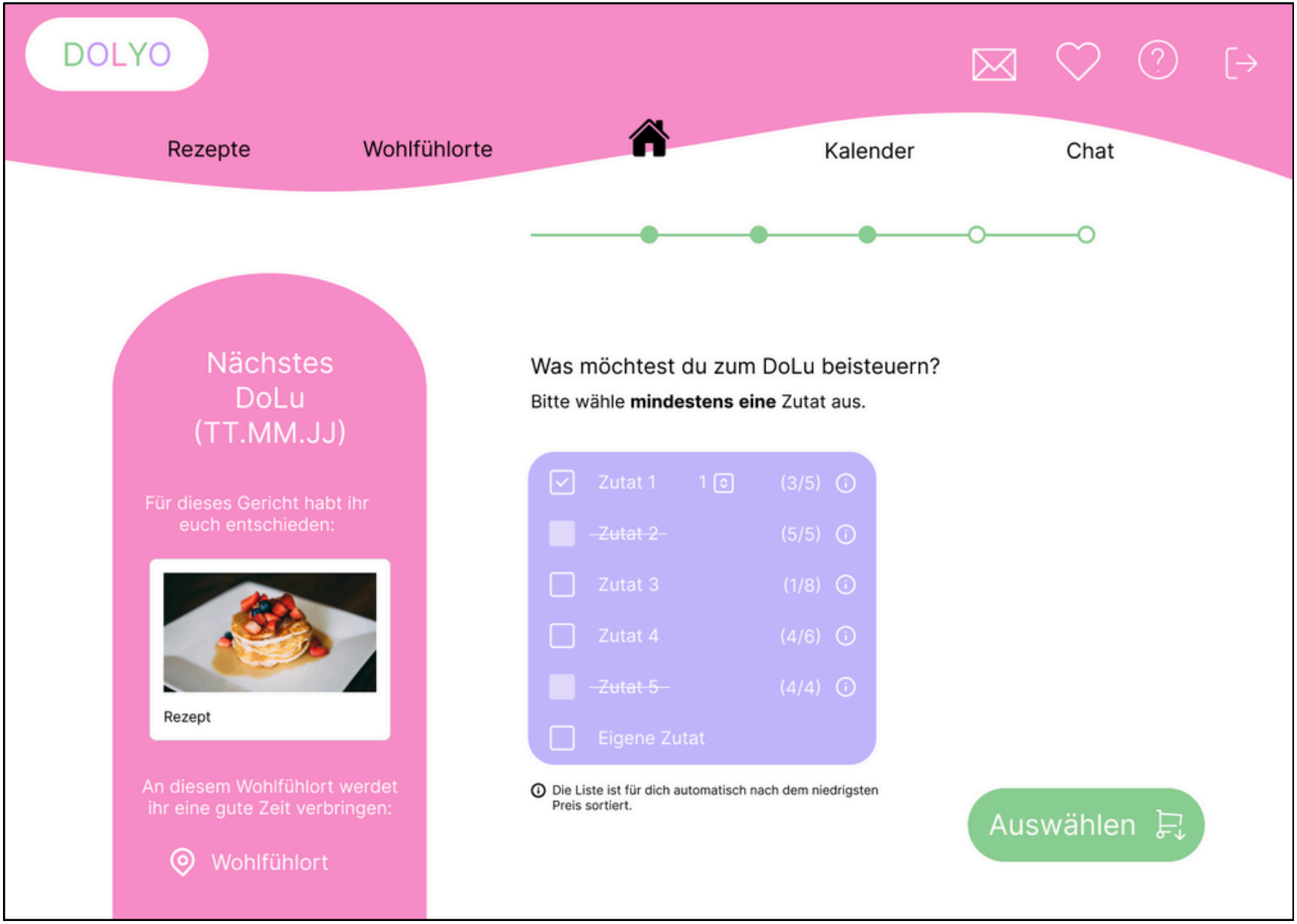


Abbildung 11: Top-rounded rectangle als Präsentationsfläche

Als weitere **Micro-Animation (Eileens Einzelabgabe)** fügten wir eine Bestellbestätigung am Ende des primären Handlungsablauf hinzu.
Auch hier betonten wir besonders den spielerischen, aber dennoch entspannenden Effekt, den die Website auf den Nutzer ausstrahlen soll. Der Charakter des unterstützenden Beraters signalisiert somit die erfolgreiche Zusammenarbeit.

Um dem Nutzer deutlich zu machen in welchem Schritt der Anwendung er sich gerade befindet, verwendeten wir auf den Seiten während dem Organisationsprozess einen **Stepper**. Dadurch kann der Nutzer den aktuellen Fortschritt erkennen, bereits absolvierte Schritte nachzuvollziehen und sich innerhalb des Prozesses besser orientieren.

Handlungsgestaltung

Ein **Handlungsdiagramm** zu erstellen fiel uns schwer, weshalb wir es aufgrund vom Setzen von Prioritäten nicht erstellten.[1]

Raster/Layout

Wir wendeten als Layout eine Kombination aus **12 Rows** und **12 Columns** an. Da wir auf der Seite viele verteilte Einzelteile ohne unmittelbaren Bezug zueinander hatten, entschieden wir uns für ein möglichst präzises Layout – also möglichst viele Rows beziehungsweise Columns.

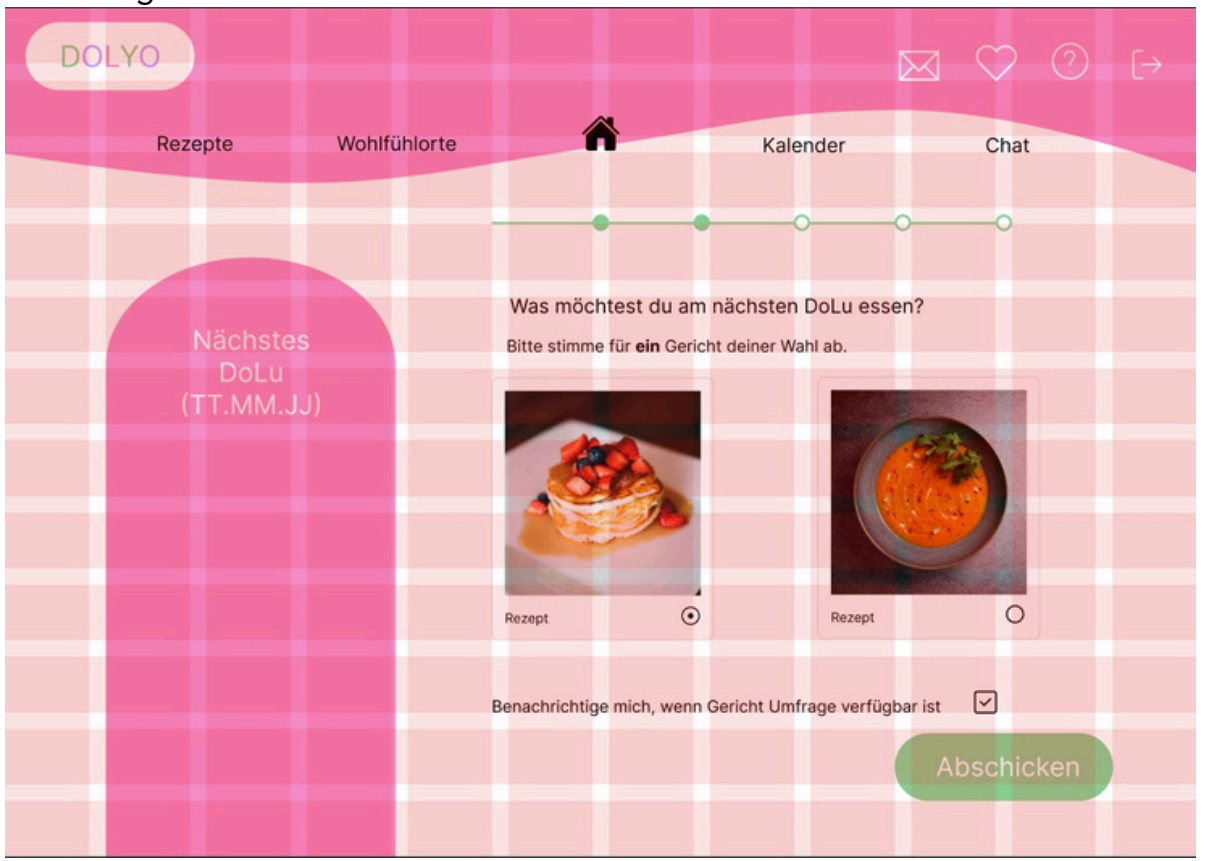


Abbildung 12: Layout und Raster

[1] Eine nähere Beschreibung der Handlung ist nachzulesen im Kapitel 4 a), S. 14f.

Design System

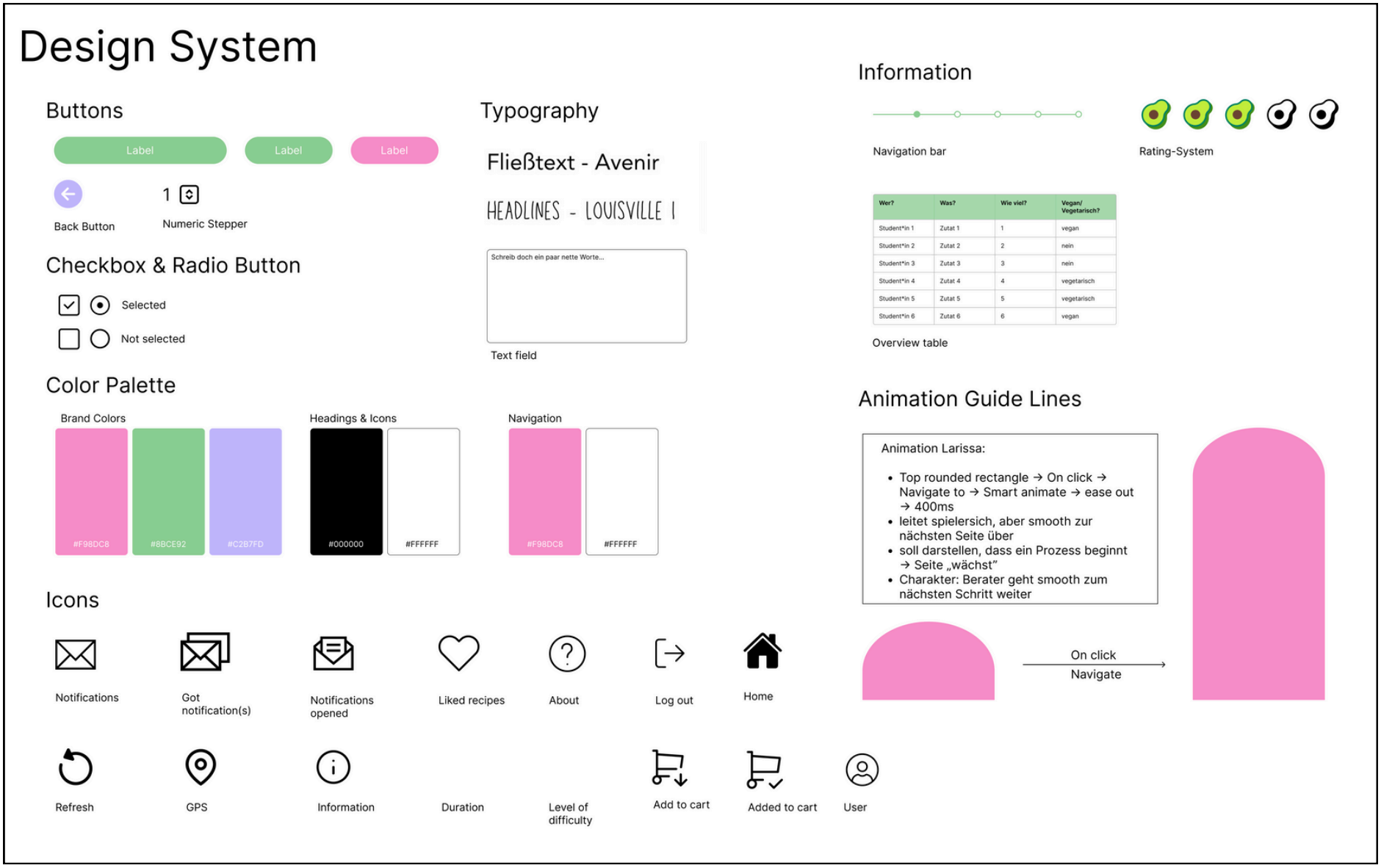


Abbildung 13: Design System 1

Animation Guide Lines

Animation Eileen:

Bestätigung Planungsabschluss
Ende Prozess

Anfang
trigger: after delay, 300ms-action: change to-smart animate, ease in, 300ms

Mitte x4
trigger: after delay, 1ms-action: change to-smart animate, linear, 100ms

Ende
trigger: after delay, 1ms-action: change to-smart animate, ease out, 100ms

squash und stretch
ease damit spielerisch von ease in und out, schnelleres feedback deswegen ease

- spielerisch aber nicht zu abrupt, fließend wie die Welle an der Navbar
- entspannender Effekt

Charakter: unterstützender Berater signalisiert erfolgreiche Zusammenarbeit

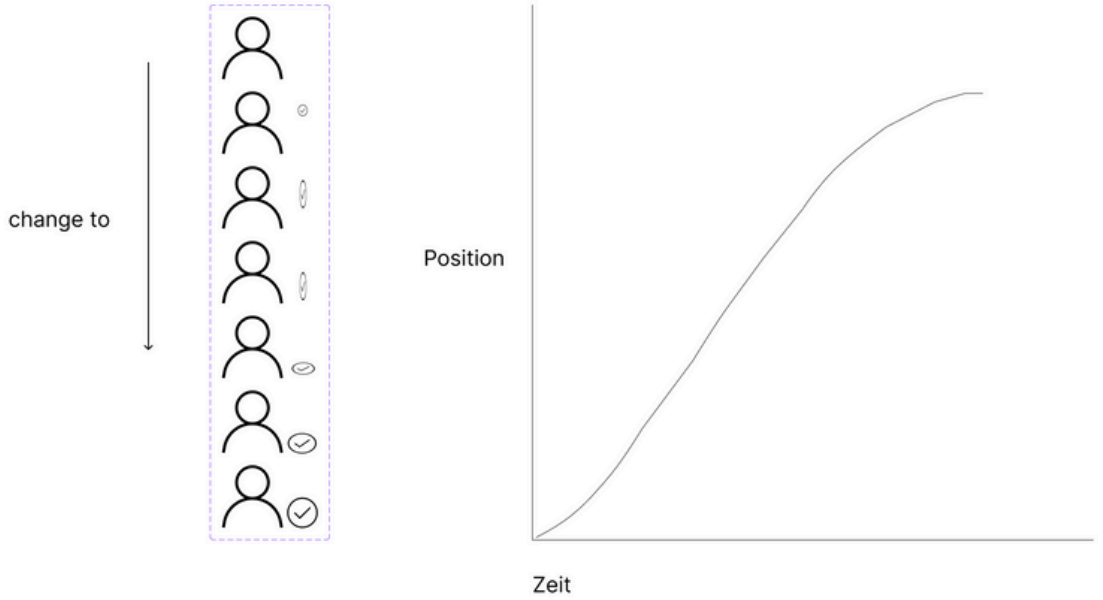


Abbildung 14: Design System 2 / Eileens Animation

5 Realisierung

Anpassung des Konzepts

Zusammenfassend kann man sagen, dass unser Konzept ständig angepasst wurde. Das macht das arbeiten in einem Team auch so besonders - immer neue Ideen, neue Optimierungsvorschläge.

Die größte Anpassung unseres Projektes war aber eindeutig das gestalterische Layout. Zuerst verwendeten wir das Layout aus dem ersten Semesterprojekt von Larissa, doch dann bemerkten wir, wie festgefahren wir damit waren. Wir brachten das ganze lediglich in Farbe, doch entsprach der Aufbau unserem Charakter? Auf keinen Fall.

Nach einem sehr aufschlussreichen Coaching mit Frau Krajewski verwarfen wir unsere alten statischen Entwürfe und dachten noch einmal gründlich nach. Was dabei rauskam war ein völlig neues, frisches und lebendiges Design.

Wir achteten darauf unsere Texte nicht mehr so plump und bloß informierend zu formulieren, sondern einladend und unbeschwert. Außerdem verwendeten wir mehr Bilder, um direkt Vorfreude auf das anstehende DoLu zu zu erwecken.

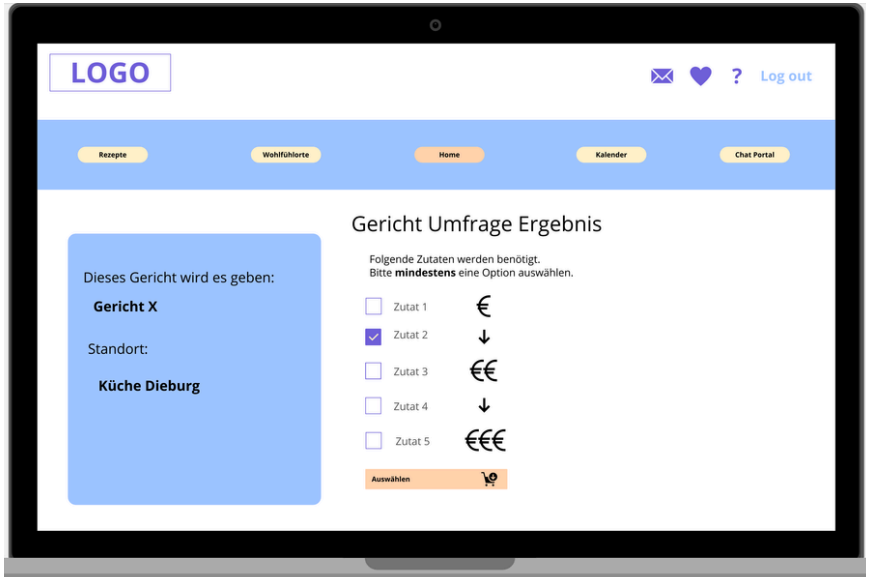


Abbildung 15: Version 1 Layout

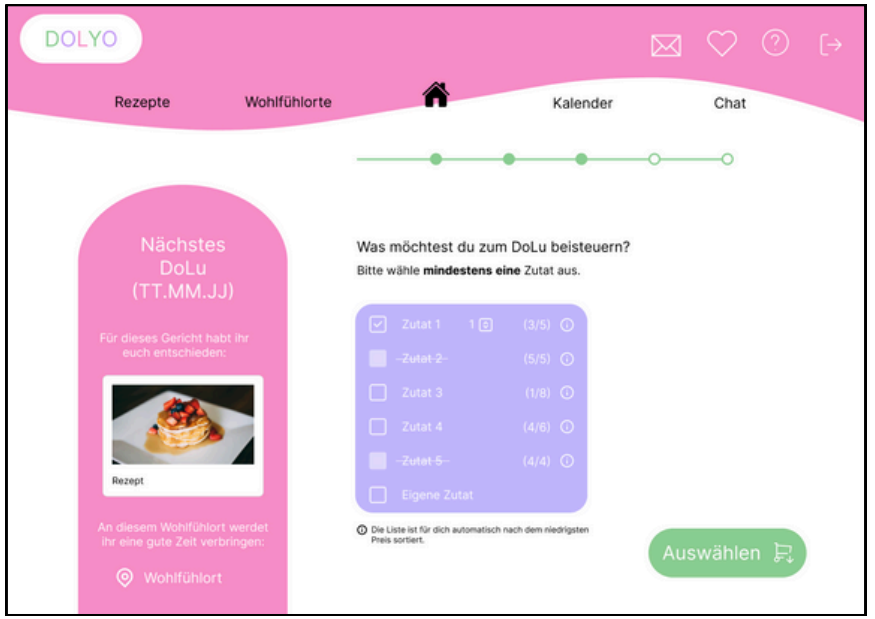


Abbildung 16: Version 2 Layout

Definition des Walkthroughs

Für uns ist der **wichtigste Teil der Umsetzung** die **Home Seite**. Hier durchlebt der Nutzer den ganzen Prozess zur Vorbereitung des DoLus. Folgend dennoch eine kurze Erläuterung zu den restlichen Seiten, zu deren Umsetzung wir leider nicht mehr ausreichend Zeit zur Verfügung hatten.

„**Rezepte**", würde eine große Anzahl an Rezepten, unterteilt in Rezepte A-Z, gemerkte Rezepte, und mit dem User geteilte Rezepte zeigen. Hier hätte der User die Möglichkeit durch Rezepte zu stöbern, sie weiterzuleiten oder direkt für ein DoLu vorzuschlagen.

„**Wohlfühlorte**", beschreibt die Orte an denen ein DoLu stattfinden könnte - die Räumlichkeiten der Hochschule Darmstadt am Mediencampus Dieburg und eine bisher fiktive gemietete Küche. Der User könnte hier Bilder der Räume betrachten, sich Bewertungen durchlesen, aber auch selbst bewerten und sich den Standort via Maps anzeigen lassen.

„**Kalender**", würde einen Kalender abbilden, auf dem sich der User selbständig für ein DoLu an-/ oder abmelden kann. Zusätzlich hätte er die Option durch Klicken auf ein bestimmtes Datum direkt zur Organisationsseite dieses DoLus zu gelangen. Außerdem würde er, nach wählen eines Datums, auf einen Blick eine Übersicht, über das gewählte Gericht und die Zutat(en), die er dem DoLu beisteuern würde, bekommen.

„**Chat**", gäbe dem User die Möglichkeit mit den anderen Teilnehmern des DoLus zu kommunizieren. Ob Gerichte auszutauschen, intern über das Lieblingsessen zu chatten oder sich spontan zu entschuldigen - der Chat wäre vielseitig einsetzbar.

Wichtig an der **Home Seite** zu zeigen, ist der Prozess direkt zu Beginn, wo jeder User die Option hat, ein Rezept zur darauffolgenden Umfrage abzugeben. Daher werden wir diesen Teil des Prozesses in unserem Code umsetzen.

Wahl der Umsetzungsmittel

Zuerst erstellten wir **Lo-Fi Wireframes**, um einen groben Aufbau unserer Anwendung zu skizzieren.

Aus diesen Lo-Fis erstellten wir dann **Hi-Fi Wireframes** in **Figma**, um nun die Farbgebung zu testen und uns eine Vorstellung zu schaffen, wie die Webanwendung aussehen könnte.

Diese Hi-Fis machten wir daraufhin ebenso in Figma „**klickbar**", das bedeutet sie miteinander zu verbinden um einen Prototypen zu erschaffen. Nun hatten wir ein echtes Gefühl vom Ablauf.

Unter Anleitung unseres Dozenten Herrn Toepper erstellten wir ein **Astro-Projekt** in **Visual Studio Code** und stellten die Verbindung zu **GitHub** her, was uns die parallele Zusammenarbeit am Code ermöglichte.

Technische Umsetzung und Einschränkungen

Leider mussten wir uns zugestehen, dass unser Projekt sehr viel umfangreicher ist als gedacht. **Daher konnten wir unsere Hi-Fi Wireframes nicht bis ins Detail umsetzen.**

Leider überschreitet das Coden einer funktionierenden Mail Box mit Benachrichtigungen unseren bisherigen Horizont - was allerdings maßgeblich für unseren ganzen Ablauf der Webanwendung wäre.
Daher **setzten wir**, wie zuvor mit Herrn Toepper abgestimmt, **ausschließlich den ersten Flow um** – nämlich „Rezept zur Umfrage abgeben".

Hierbei blieben wir soweit es ging unserem zuvor erstellten Prototypen treu, allerdings gibt es nun einige Abweichungen im Design. Diese möchten wir folgend auflisten:

- **Navigationsleiste**: Die zuvor festgelegte "Welle" im Header sah in der Umsetzung leider nicht so aus, wie wir es uns vorgestellt hatten, daher entschieden wir uns für eine schlichte, einheitliche Navigation mit passendem Hover-Effect.
- **Hintergrund**: Als Hintergrundfarbe war ursprünglich ein einfaches Weiß geplant. Während der Umsetzung zeigte sich, dass ein leicht rosa Hintergrund mehr mit dem Design - besonders der Navigationsbar - harmonisiert. Außerdem wirkte weiß doch etwas zu klinisch und würde so unserer Anwendung die Unbeschwertheit nehmen.
- **Buttons:** Eines unserer Hauptmerkmale, die drei Buttons auf der Homeseite, die nach anklicken mit einer Animation zur nächsten Seite wechseln sollten, konnten wir aufgrund fehlender Zeit leider nicht umsetzen. Allerdings ergibt in unseren Augen die alternative Umsetzung ebenso ein stimmiges Gesamtbild, möglicherweise waren wir sogar zu festgefahren in der Idee die Animation unbedingt zu verwenden.
- **Icons**: Einige Icons passten wir ebenso an, um dem restlichen neuen Look der Website zu entsprechen.
- **Ausrichtung**: Bei dem Prototypen entschieden wir uns für eine linksbündige Ausrichtung des Textes. Während der Ausführung fiel dann auf, dass eine linksbündige Ausrichtung weniger Leichtigkeit ausdrückt, als eine zentrierte Ausrichtung. Daher platzierten wir den Text im weiteren Verlauf nun zentriert.
- **Typographie**: Wie bereits zuvor erwähnt, fanden wir noch keine geeignete Verwendung der Schriftarten. Die Schriftart Louisville I empfinden wir als passend für einzelne Titel oder Einschübe, wie beispielsweise unseren Slogan.

6 Produkt/System

Lo-Fi Wireframes

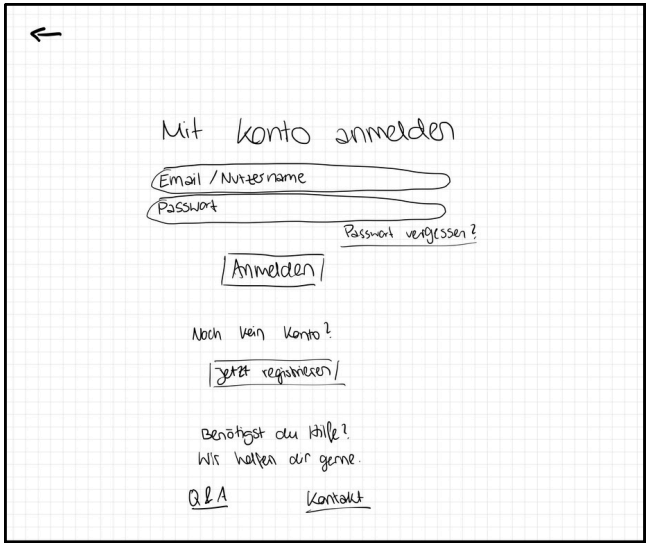


Abbildung 18: Lo-Fi / Anmeldung



Abbildung 17: Lo-Fi / Willkommen

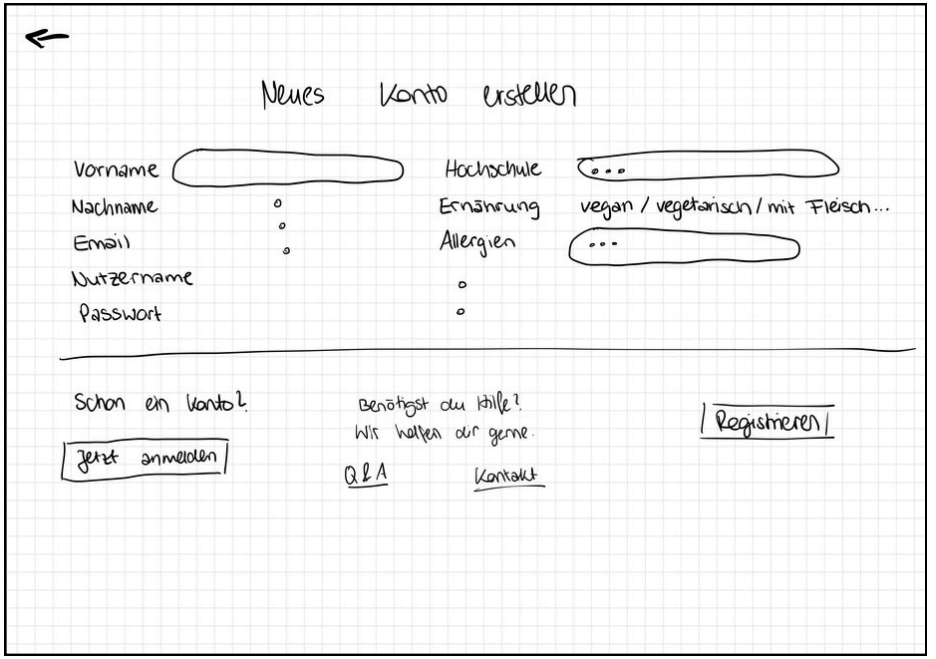


Abbildung 19: Lo-Fi / Registrierung

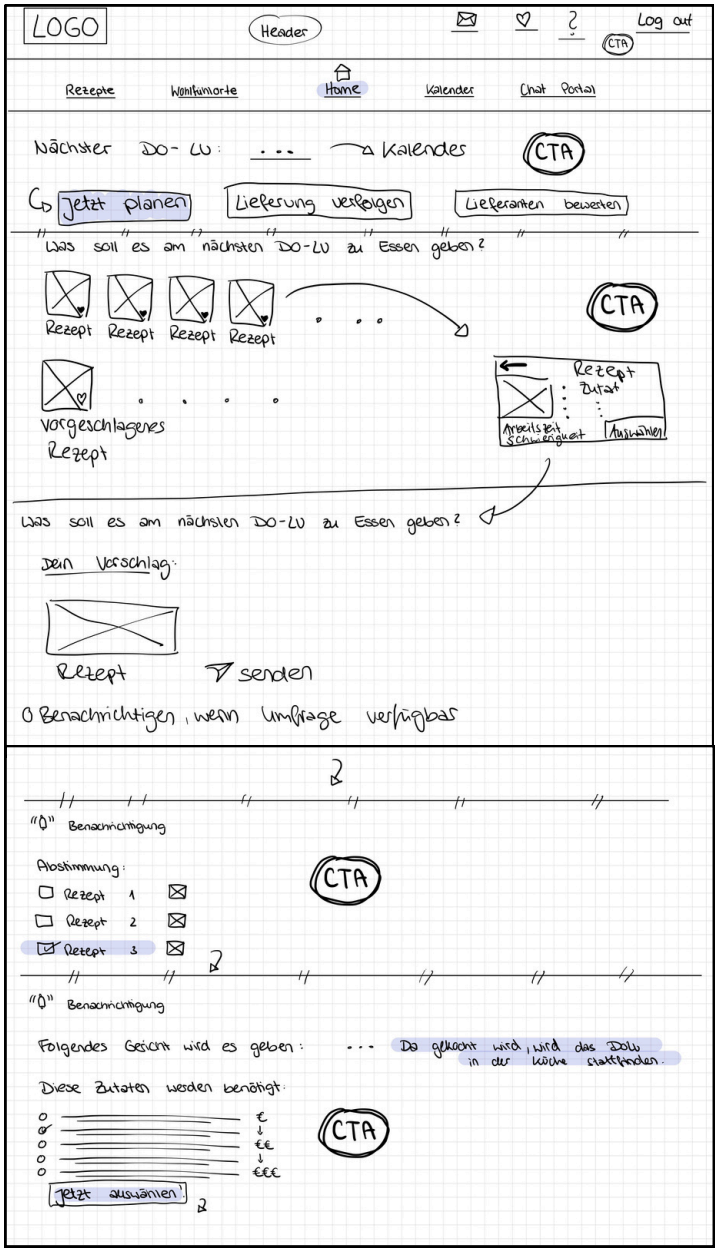


Abbildung 20: Lo-Fi / DoLu planen 1

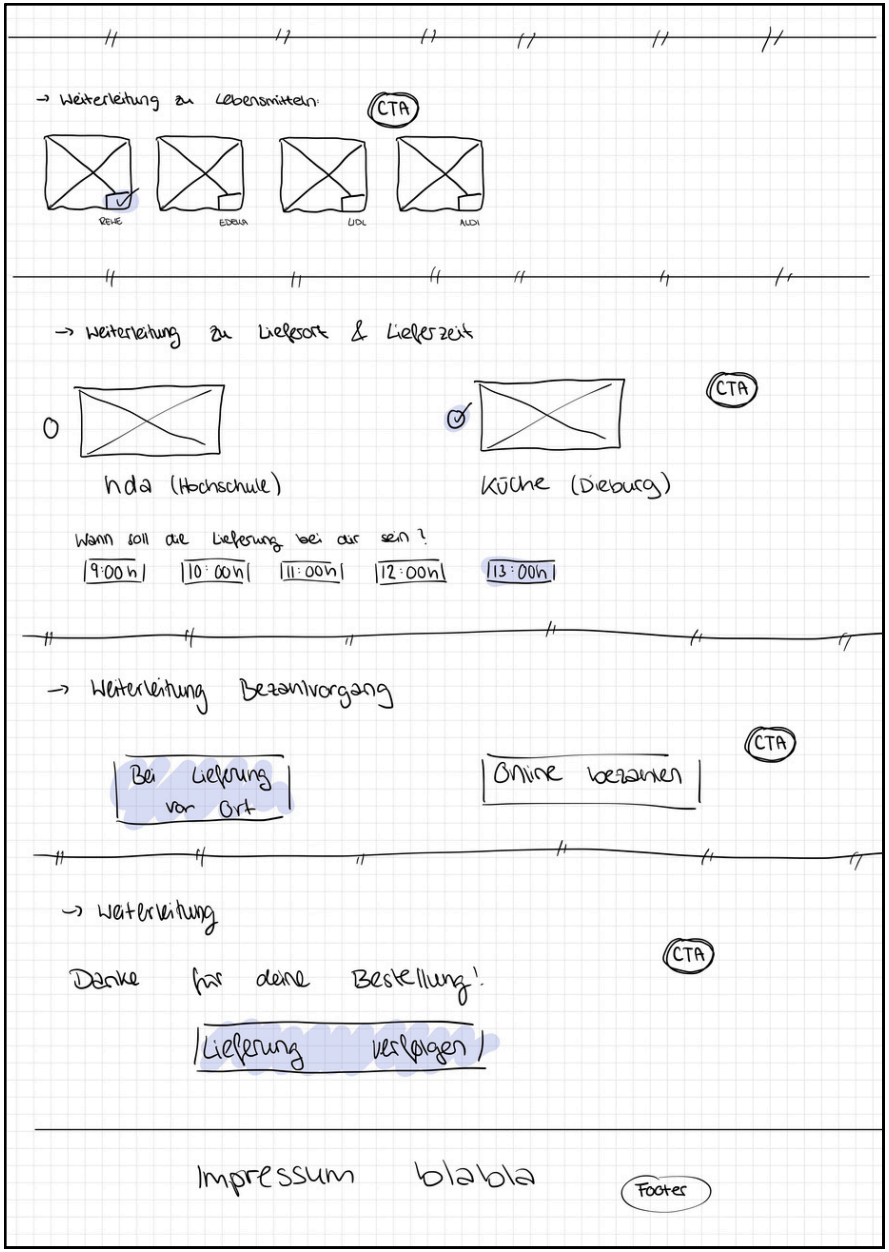


Abbildung 21: Lo-Fi / DoLu planen 2

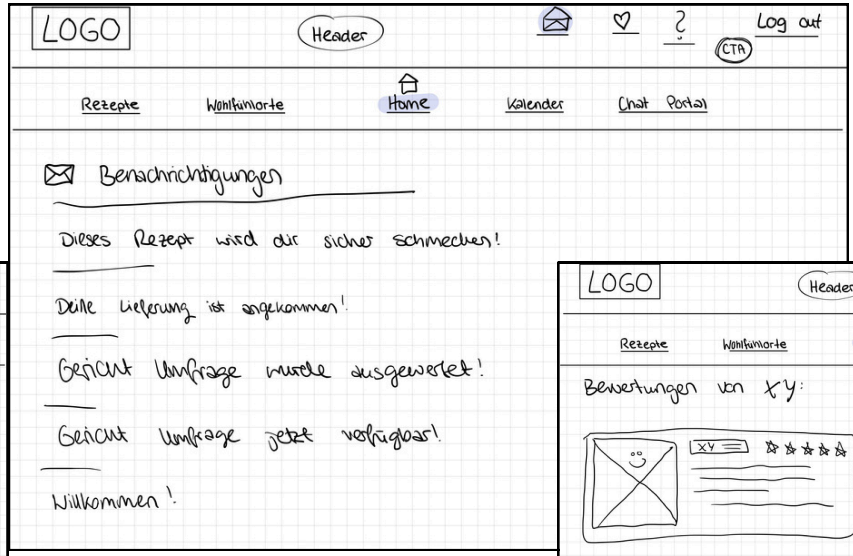


Abbildung 23: Lo-Fi / Benachrichtigungen

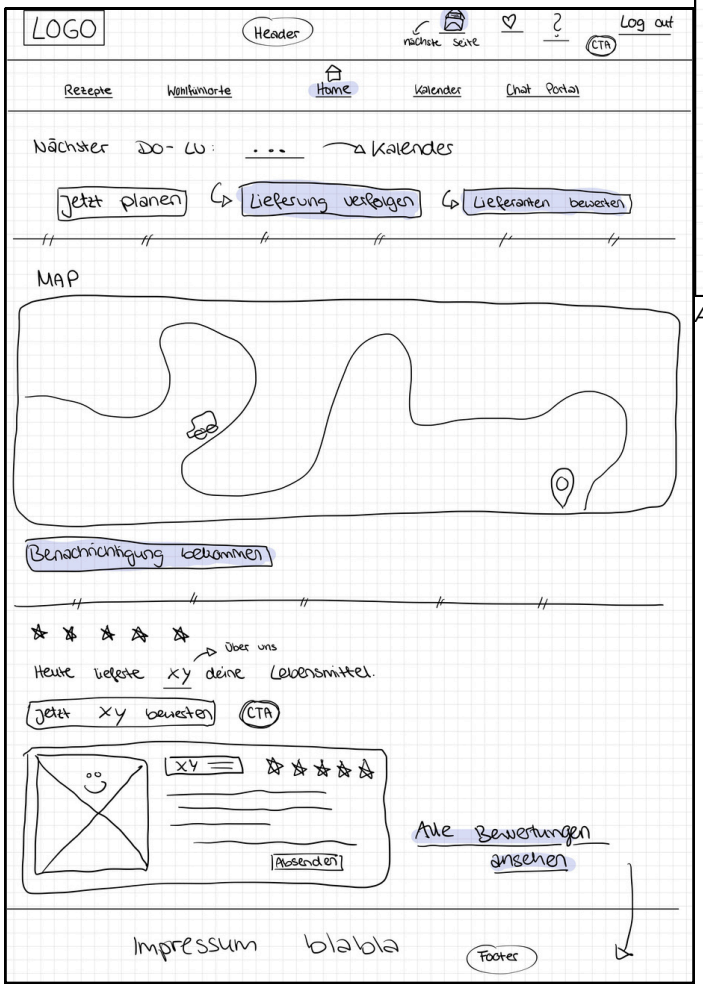


Abbildung 22: Lo-Fi / Lieferung verfolgen 1

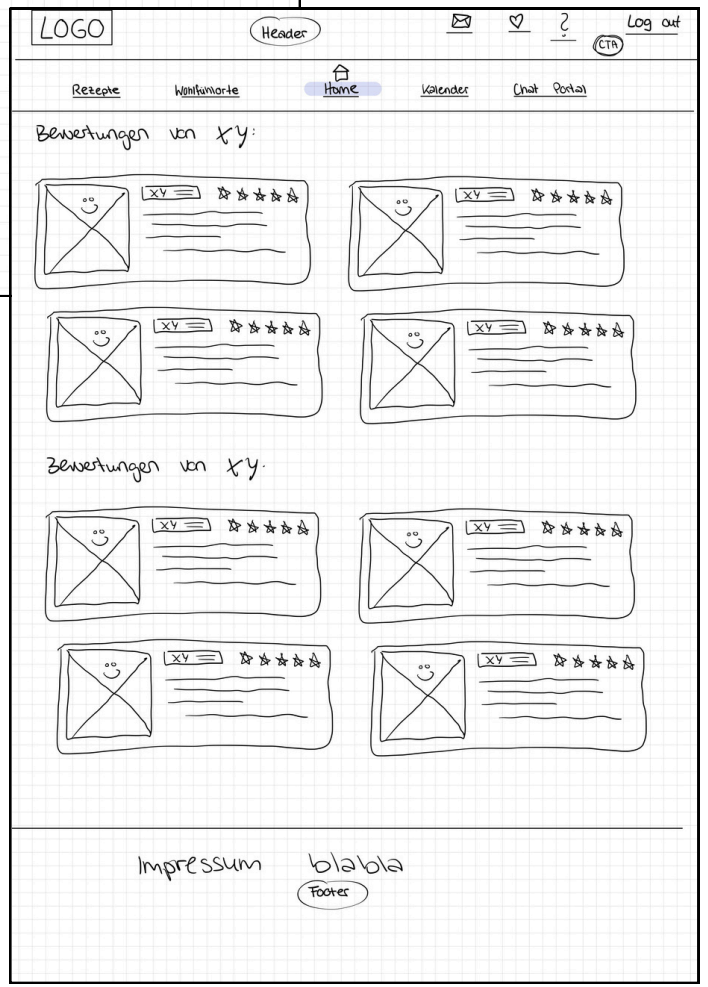


Abbildung 24: Lo-Fi / Lieferung verfolgen 2

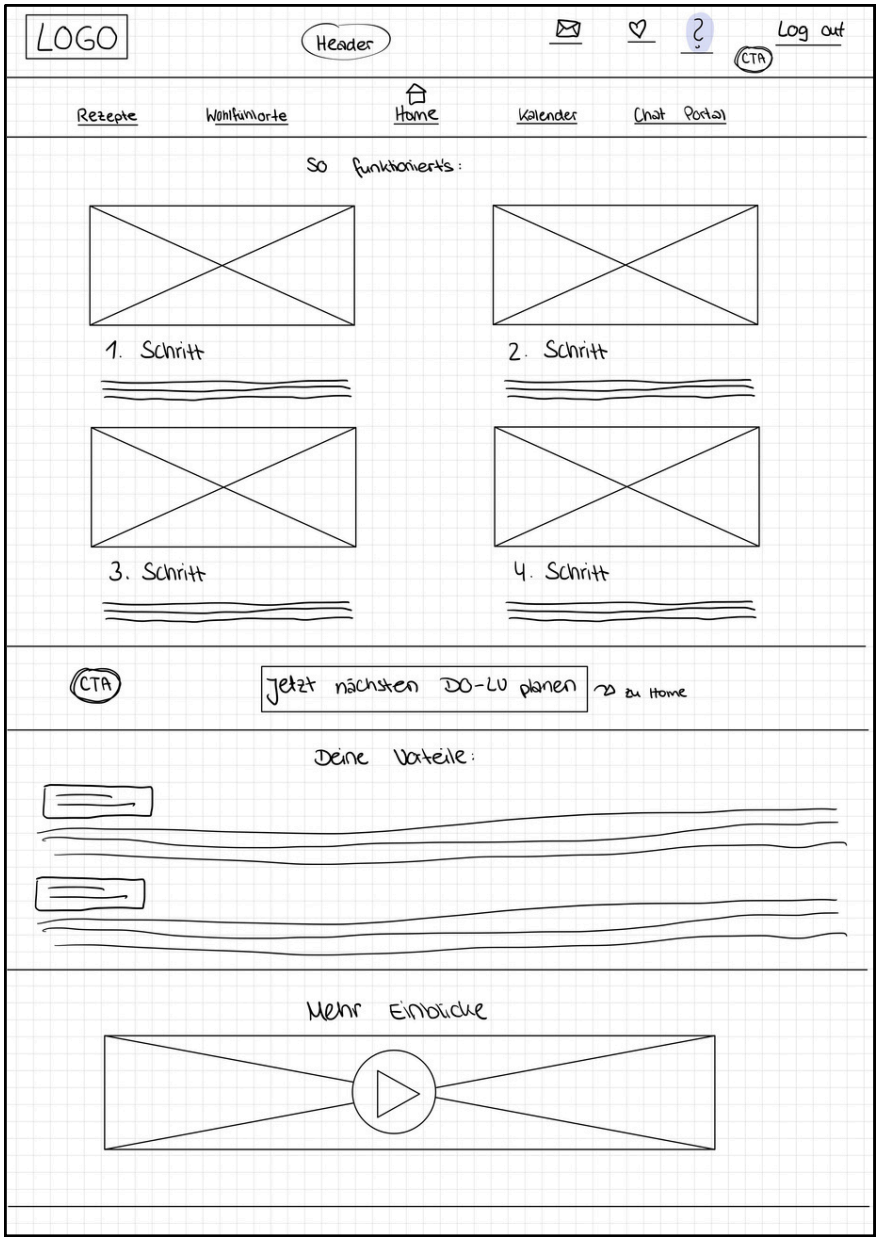


Abbildung 25: Lo-Fi / Website Info 1

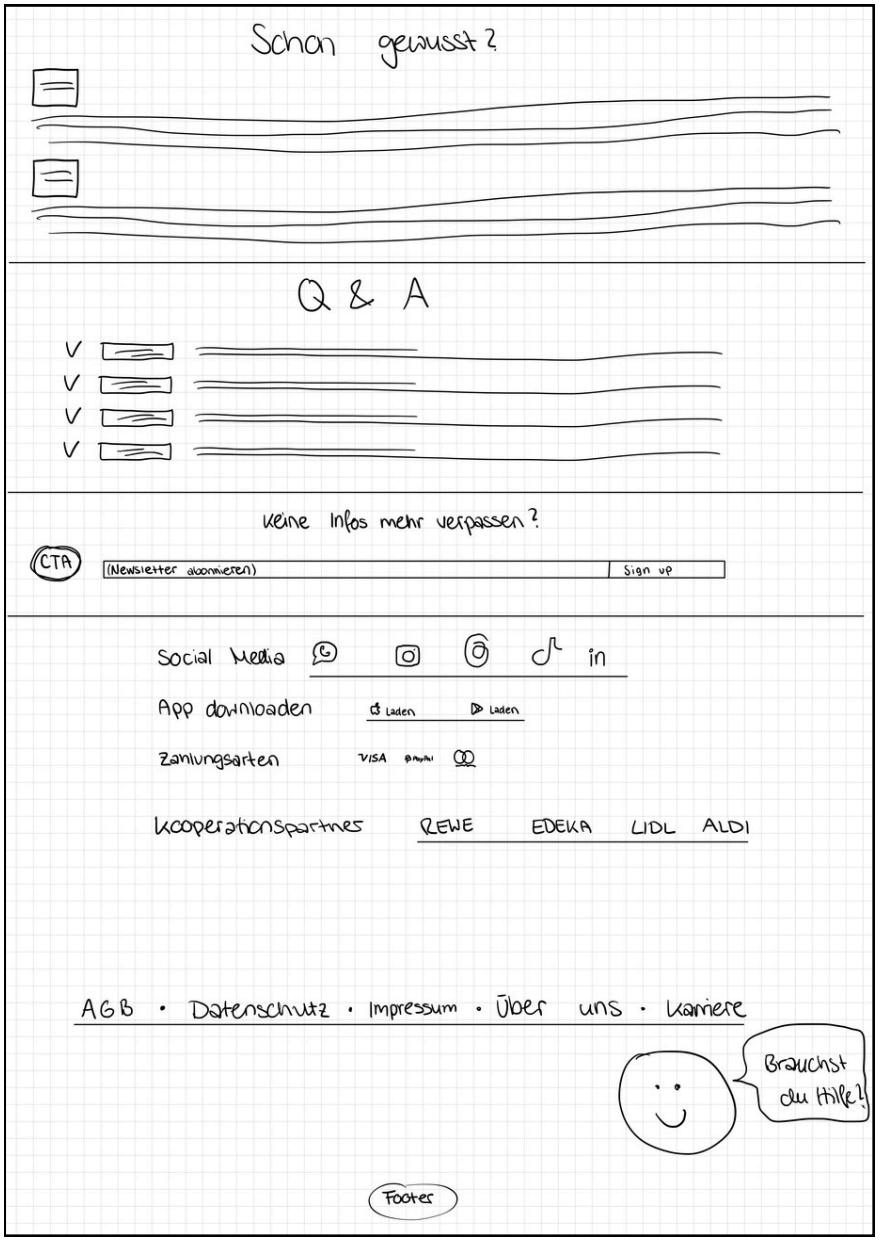


Abbildung 26: Lo-Fi / Website Info 2

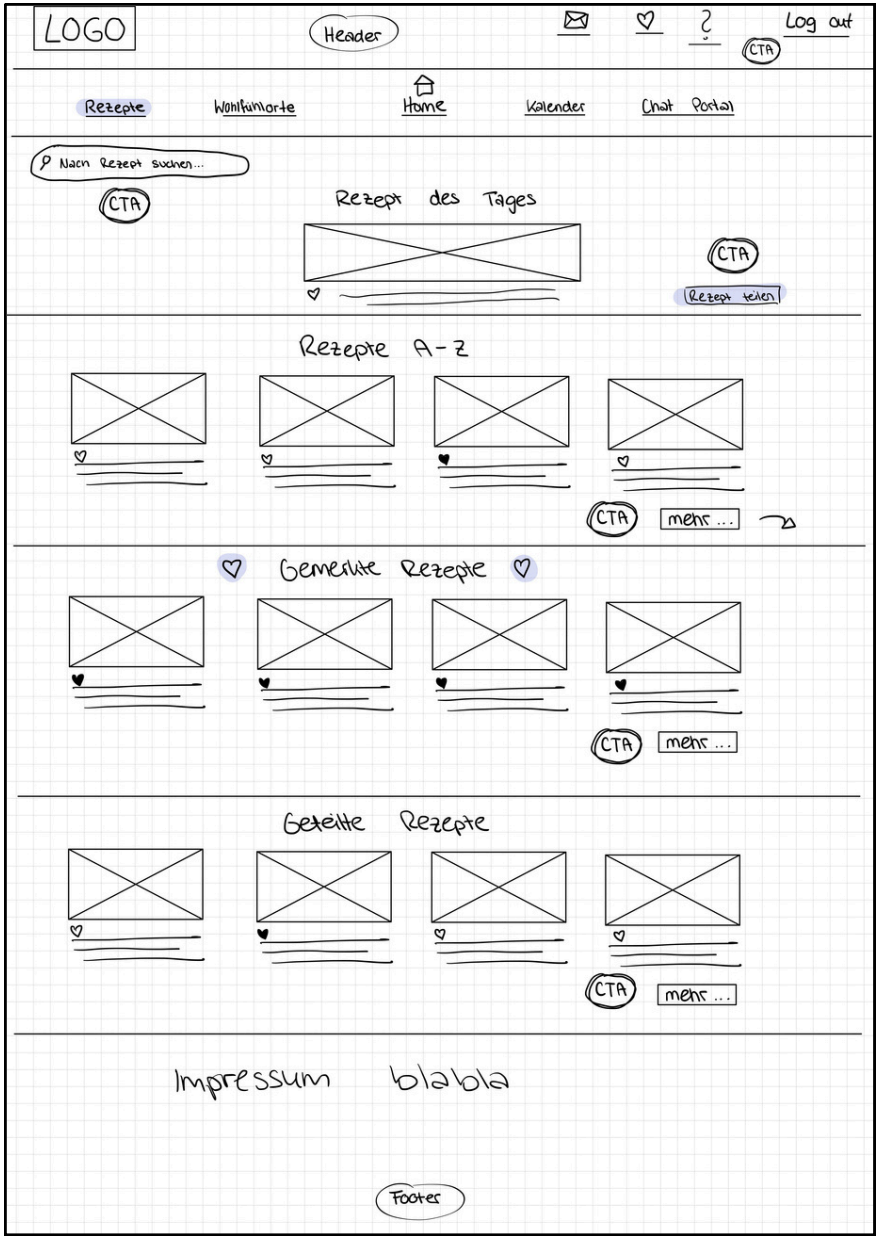


Abbildung 27: Lo-Fi / Rezepte

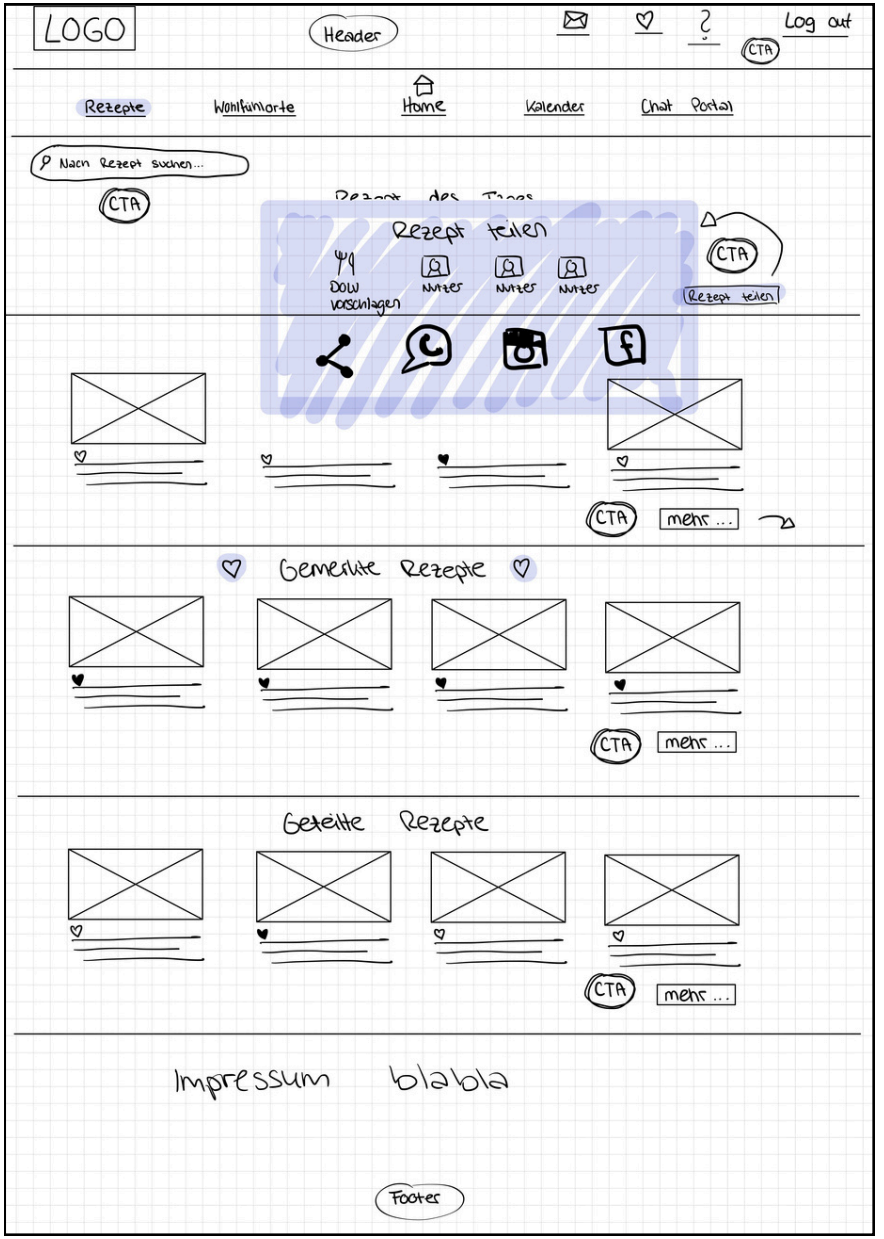


Abbildung 28: Lo-Fi / Rezepte Pop up

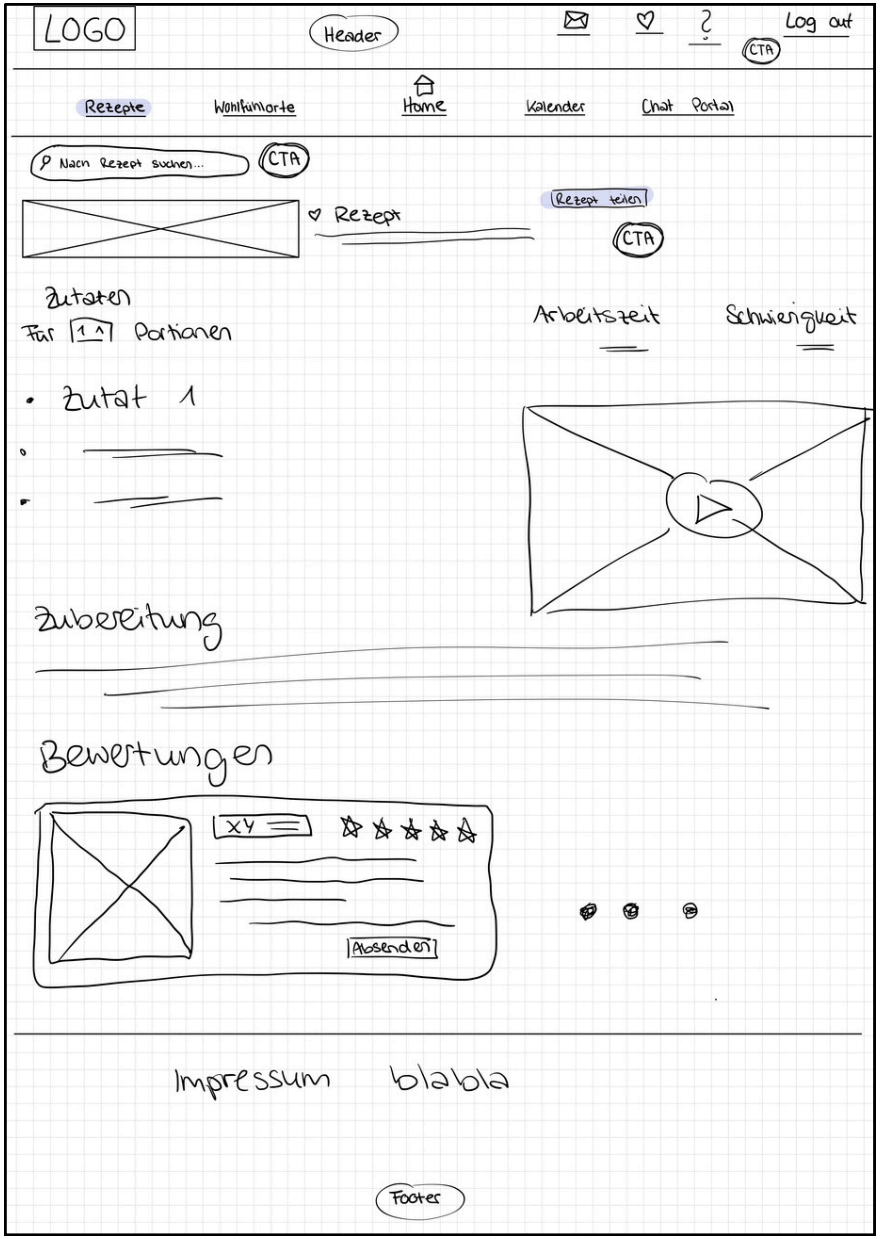


Abbildung 29: Lo-Fi / Rezept Details

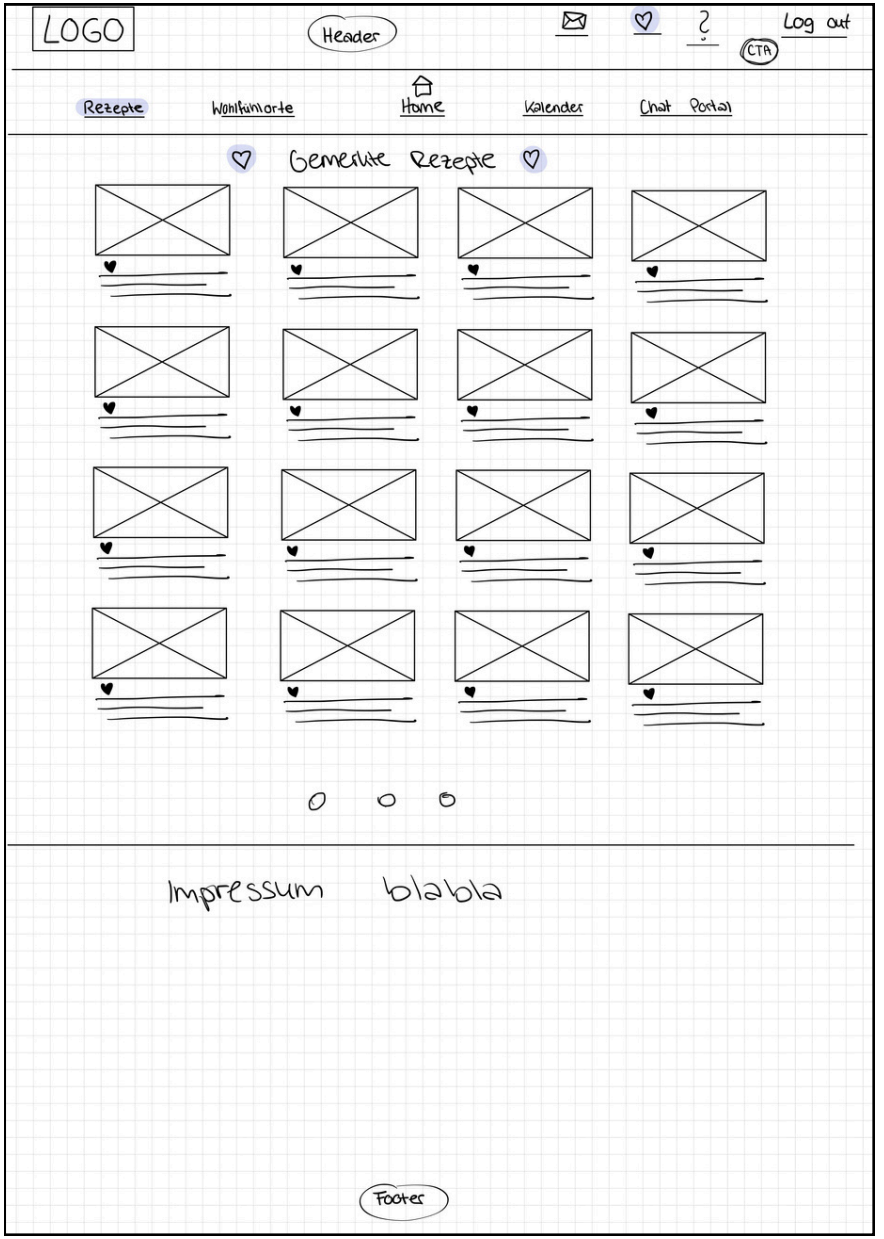


Abbildung 30: Lo-Fi / Gemerkte Rezepte

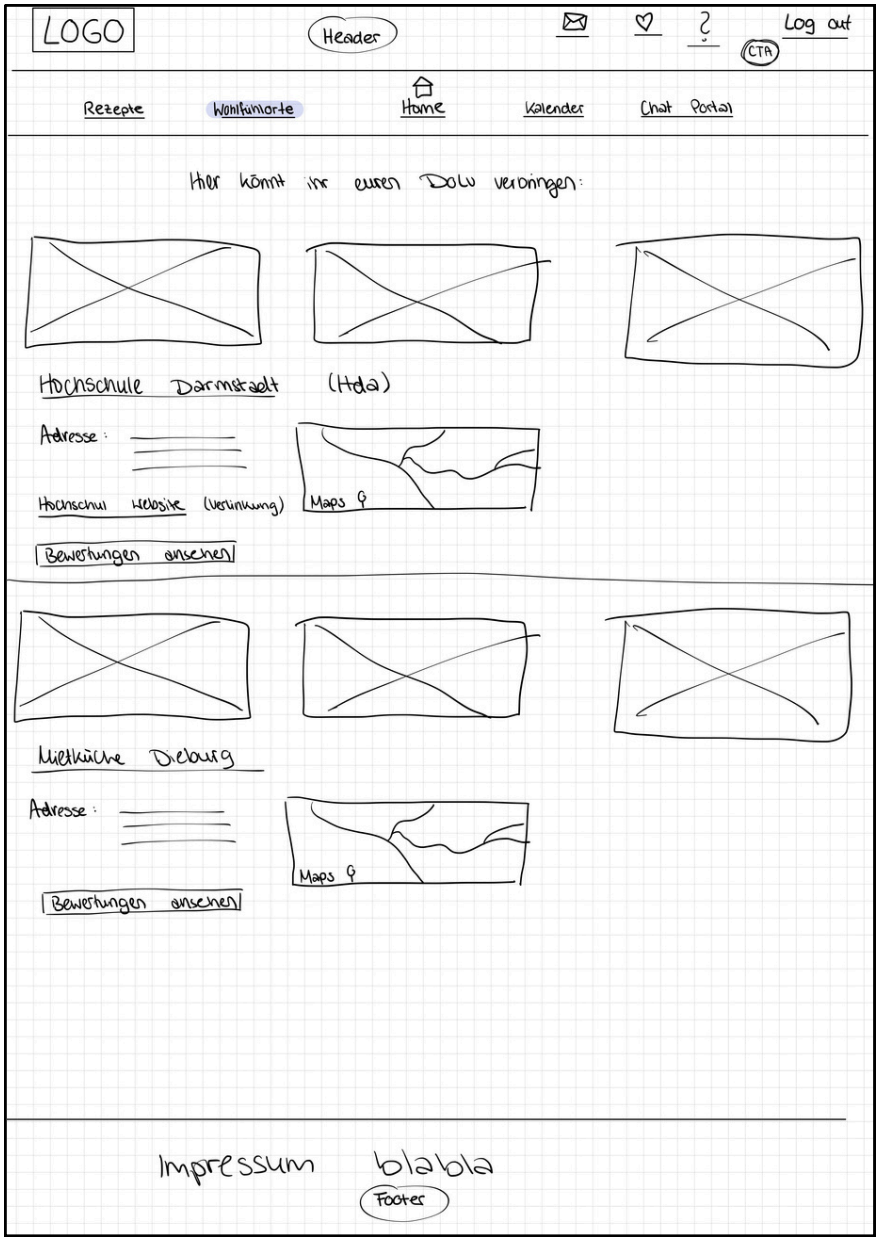


Abbildung 31: Lo-Fi / Wohlfühlorte

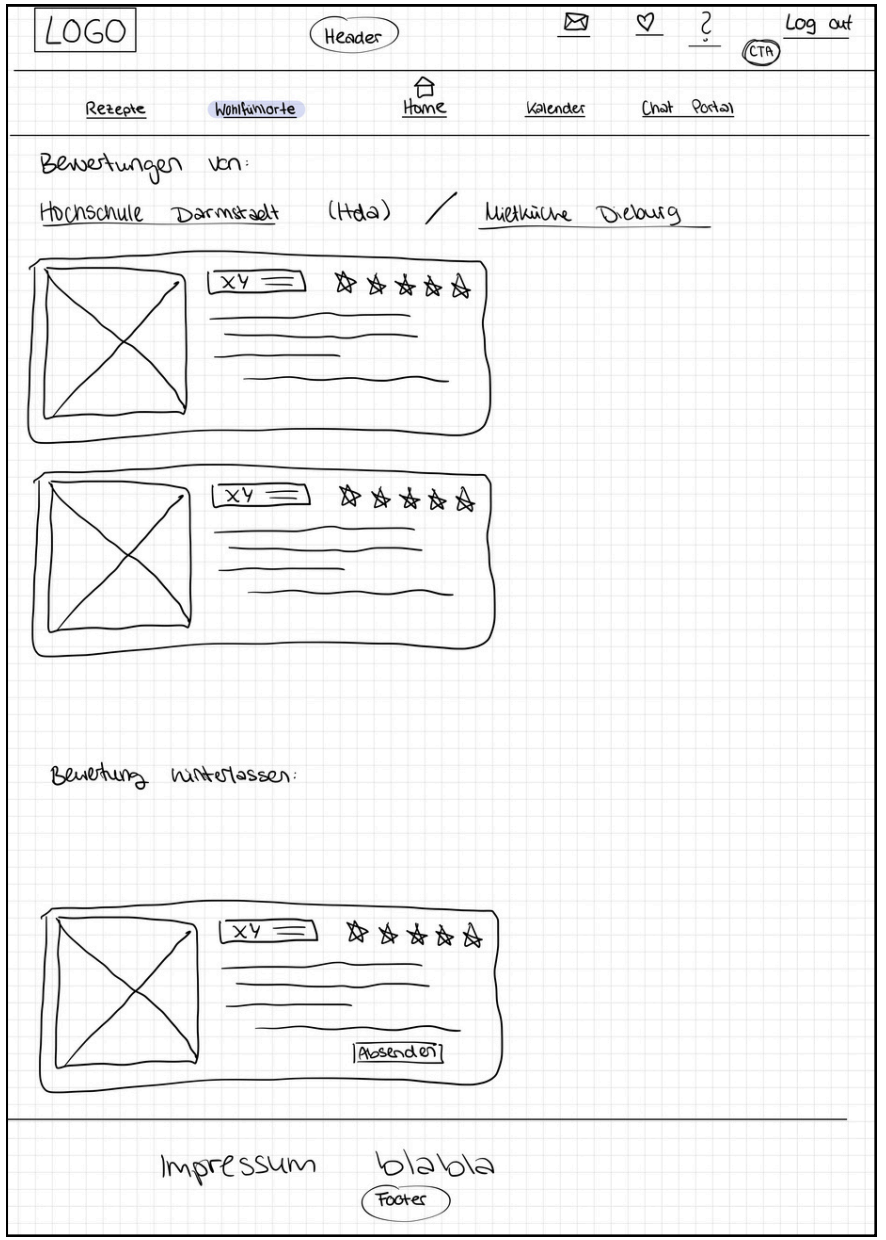


Abbildung 32: Lo-Fi / Bewertungen Wohlfühlorte

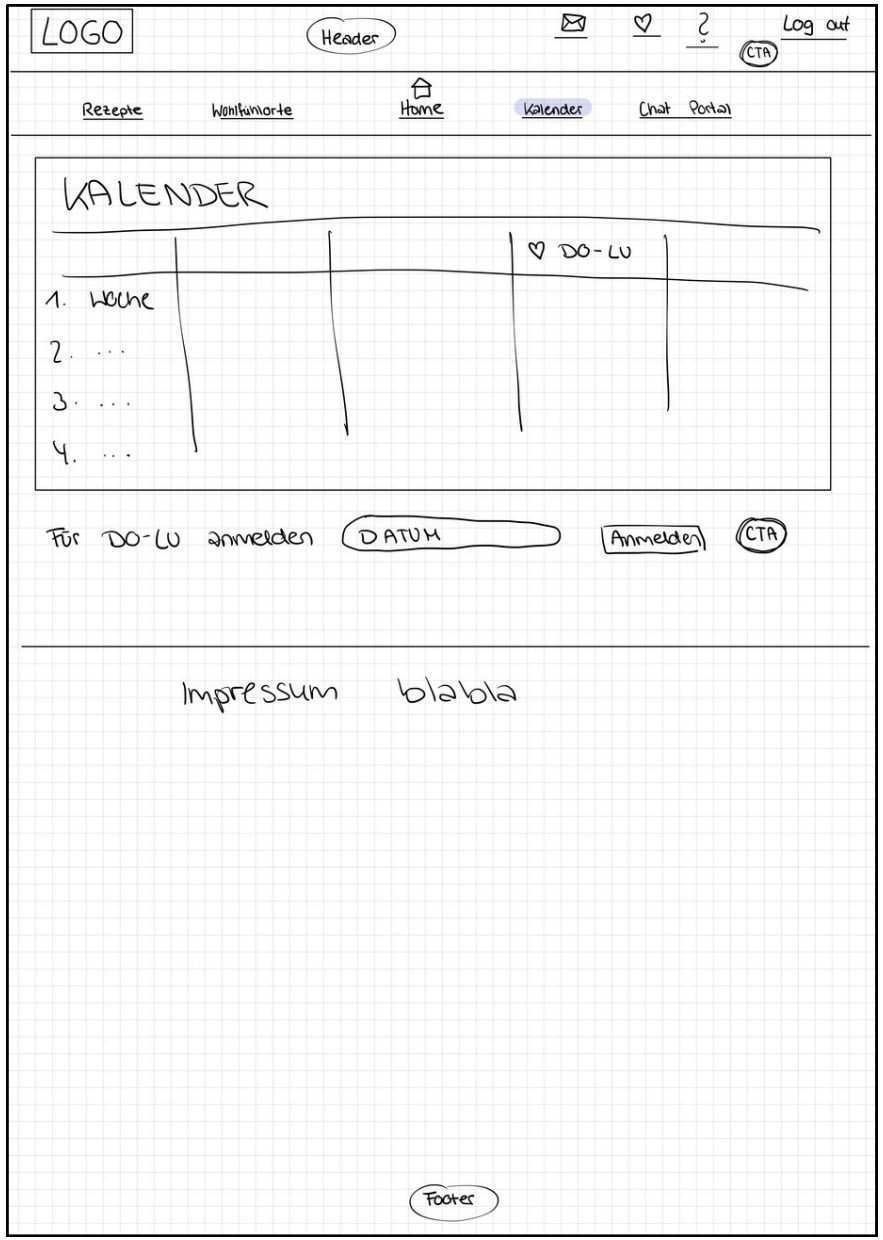


Abbildung 33: Lo-Fi / Kalender

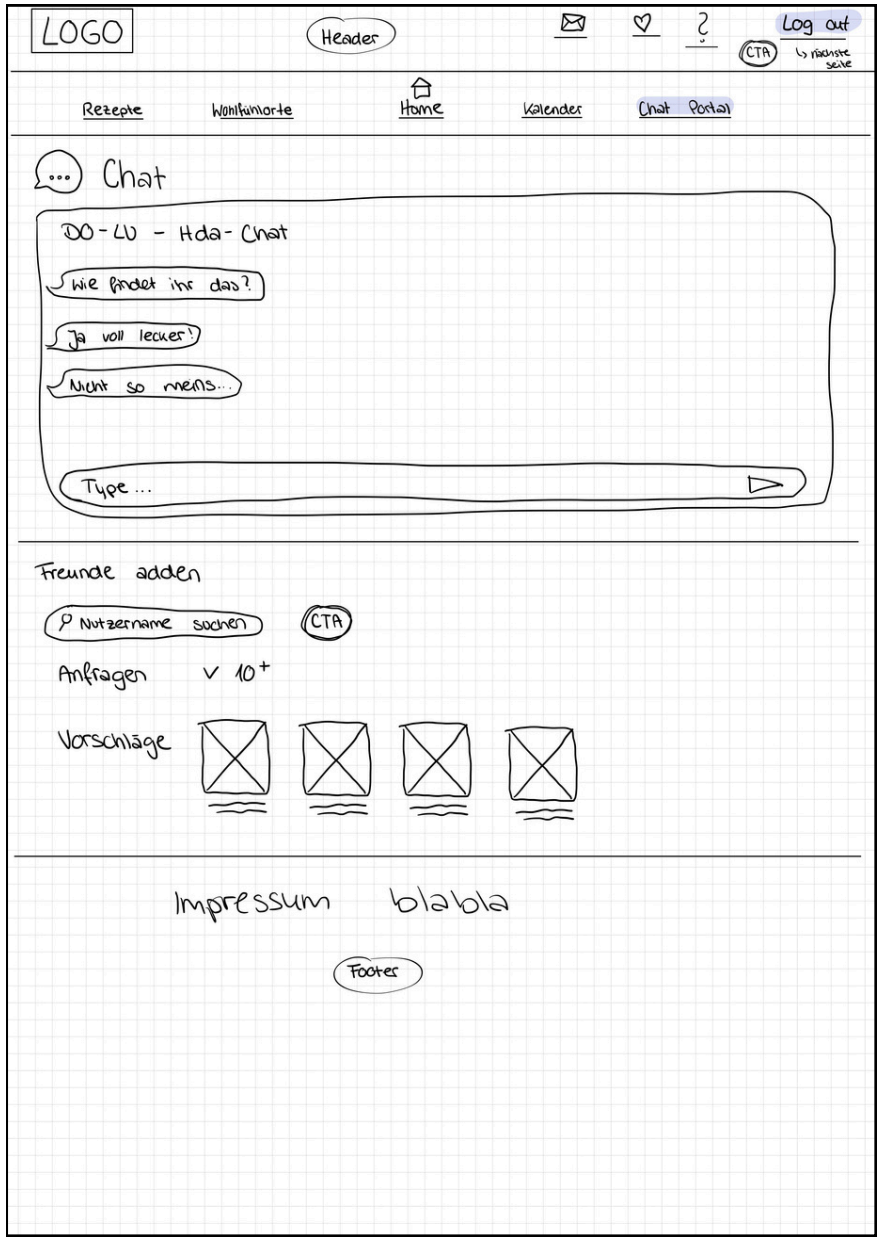


Abbildung 34: Lo-Fi / Chat

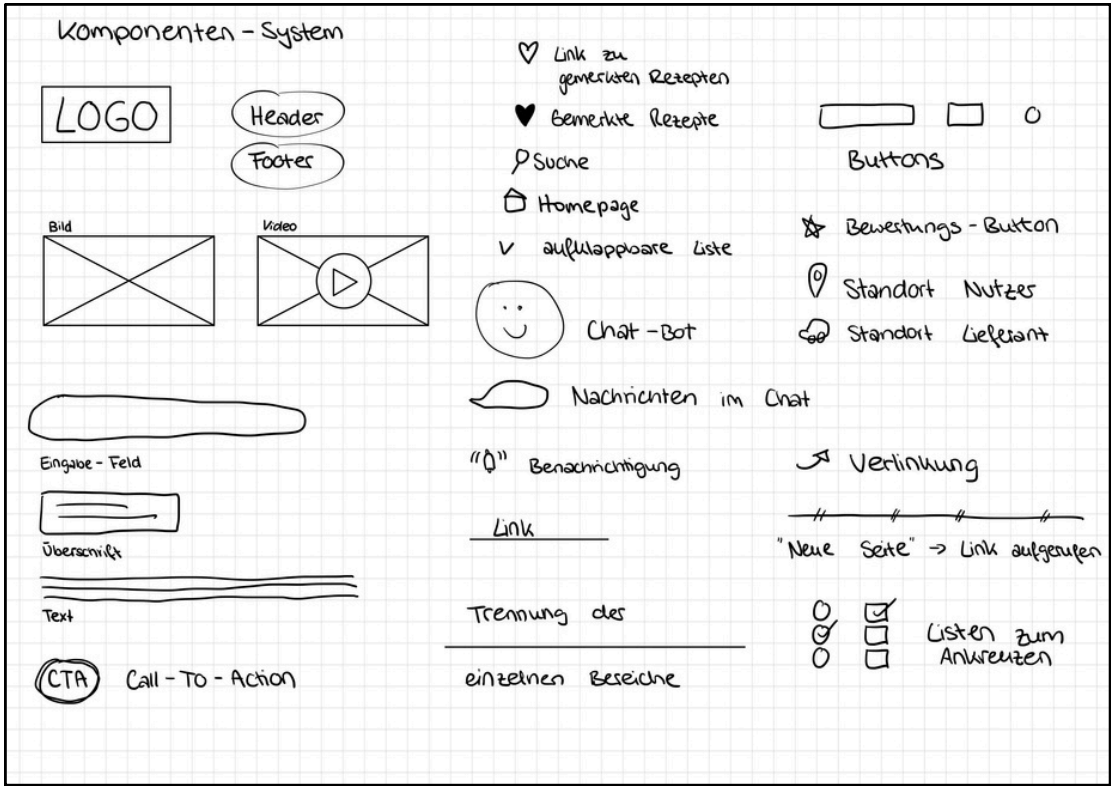


Abbildung 35: Lo-Fi / Komponenten-System

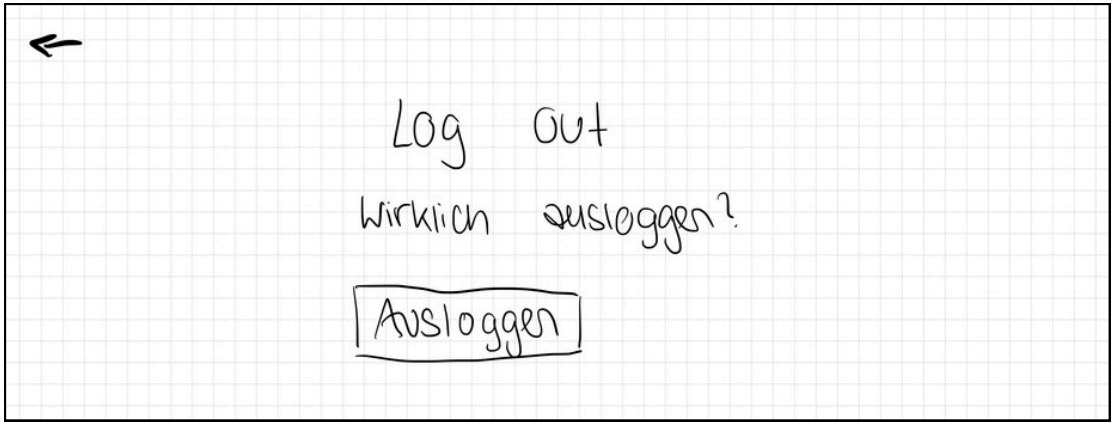


Abbildung 36: Lo-Fi / Ausloggen

Paper Prototypes

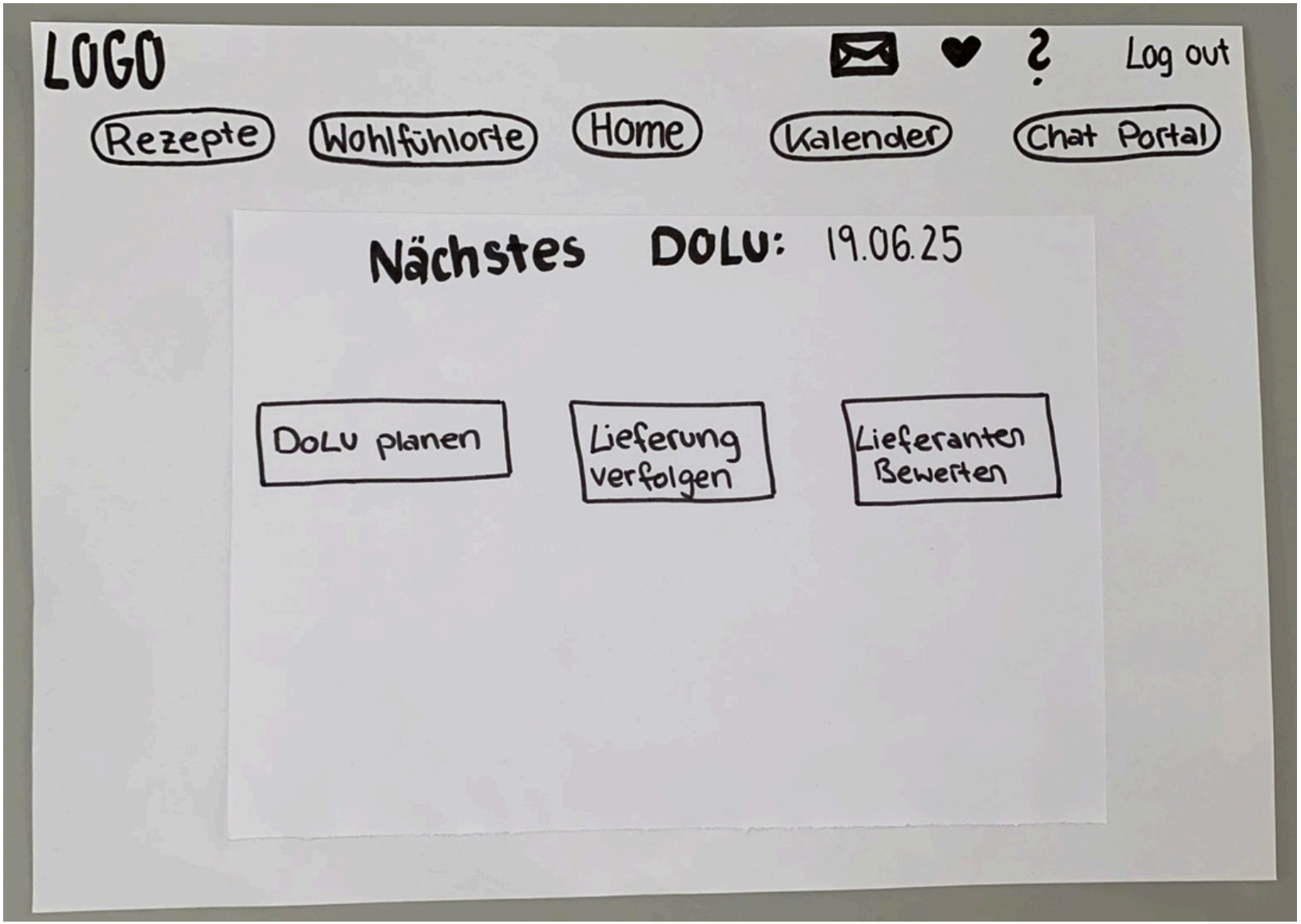


Abbildung 37: PPT / Home-Screen

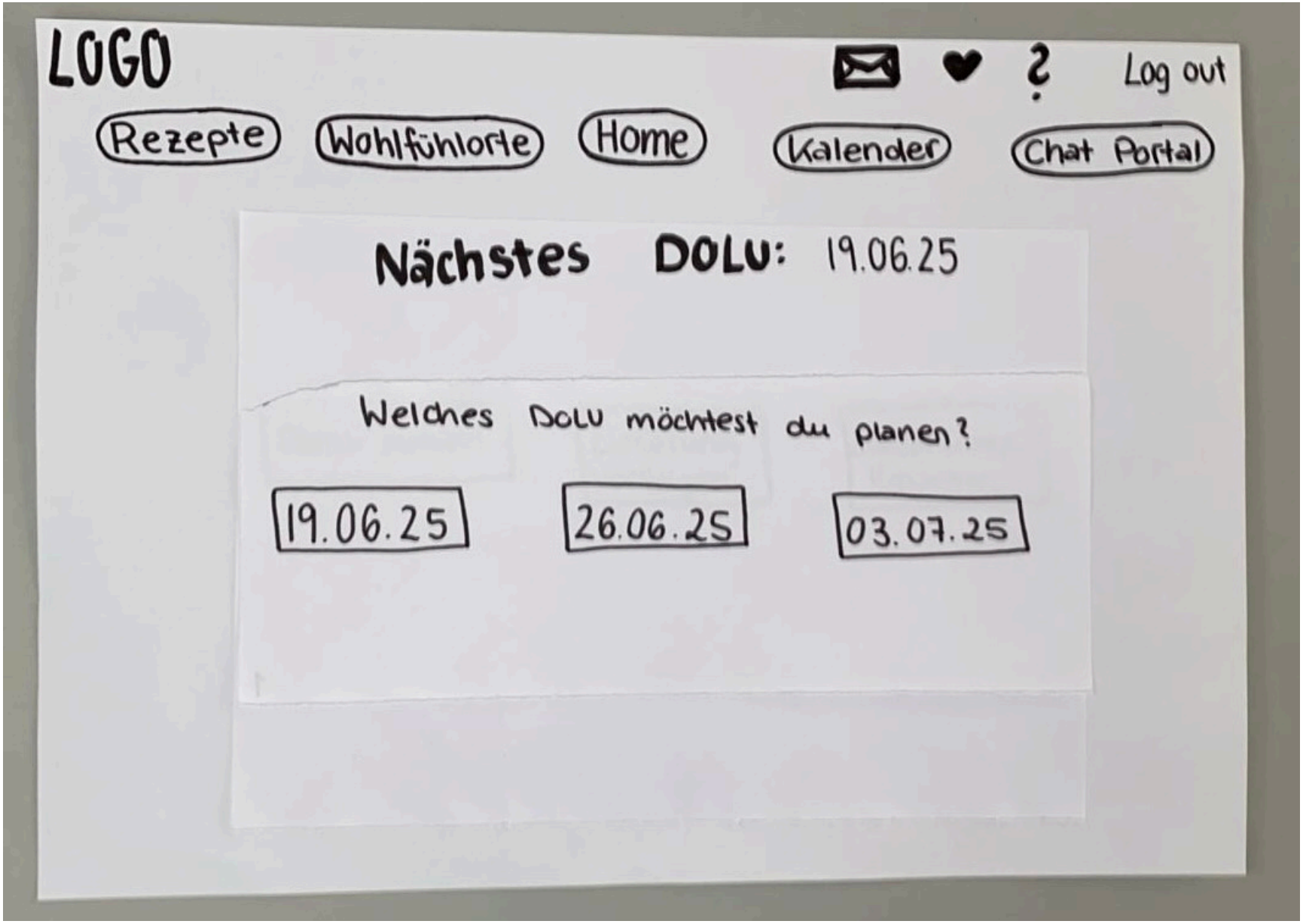


Abbildung 38: PPT / DoLu Datum

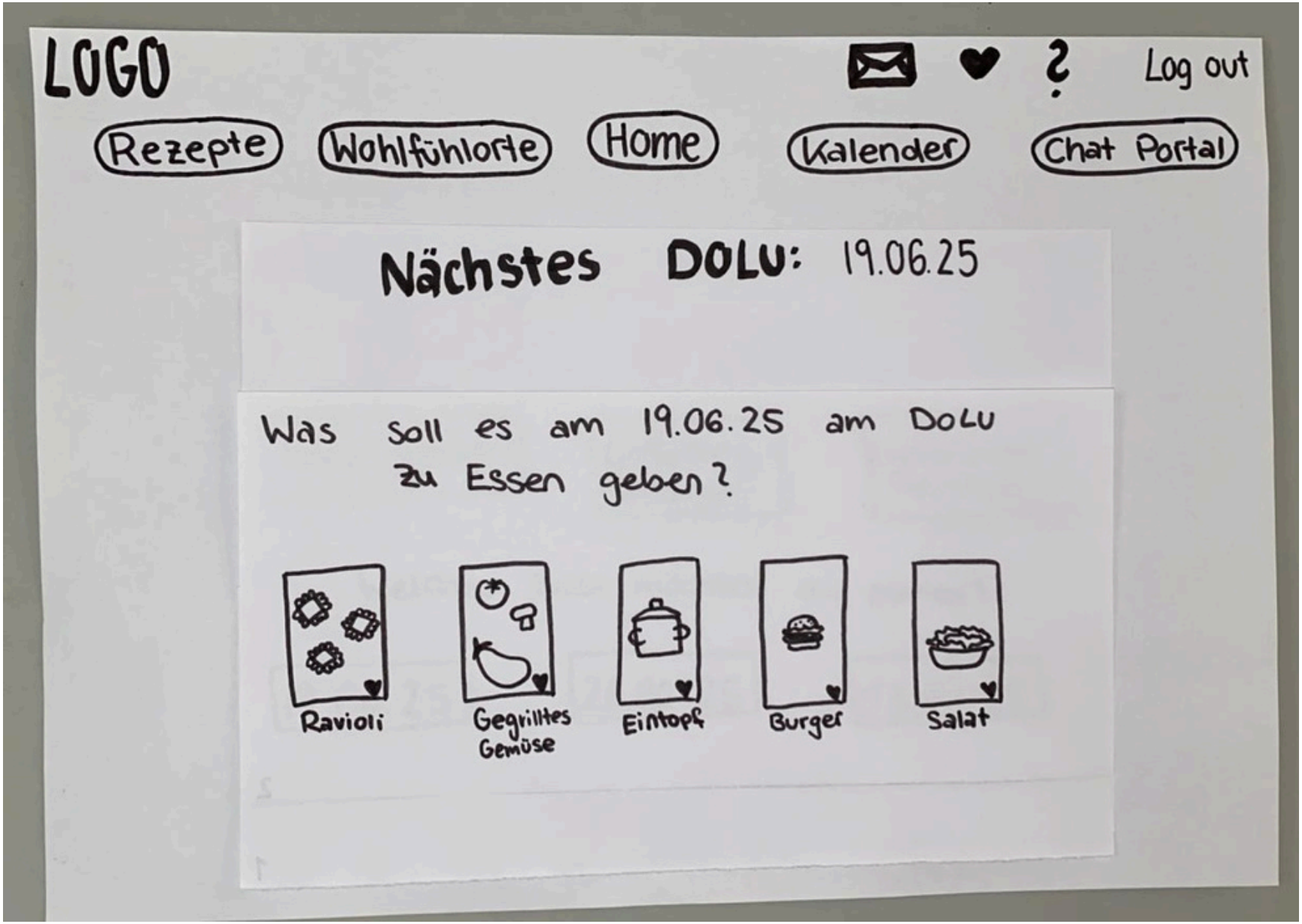


Abbildung 39: PPT / Rezept für Umfrage abgeben

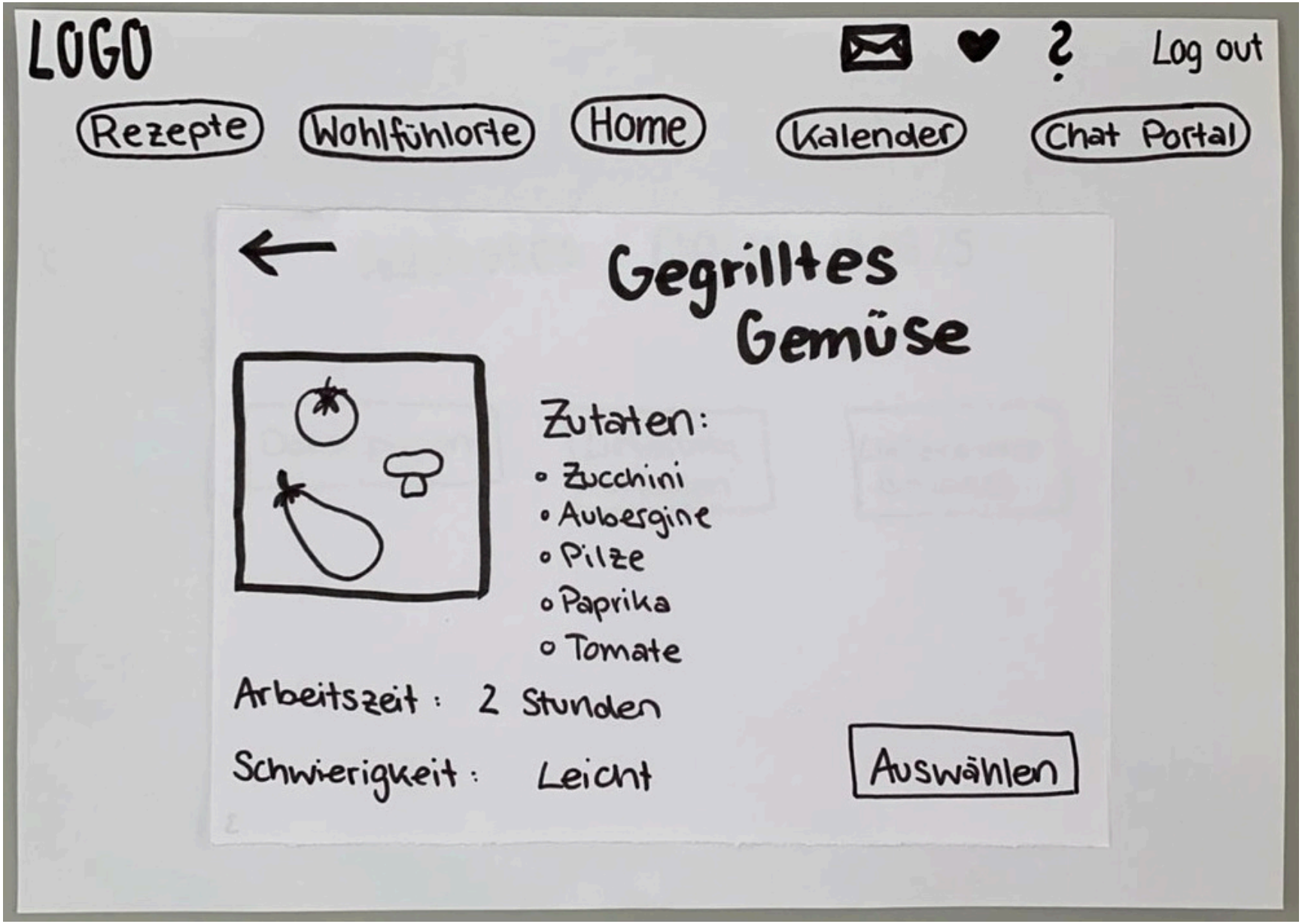


Abbildung 40: PPT / Rezept Zusammenfassung

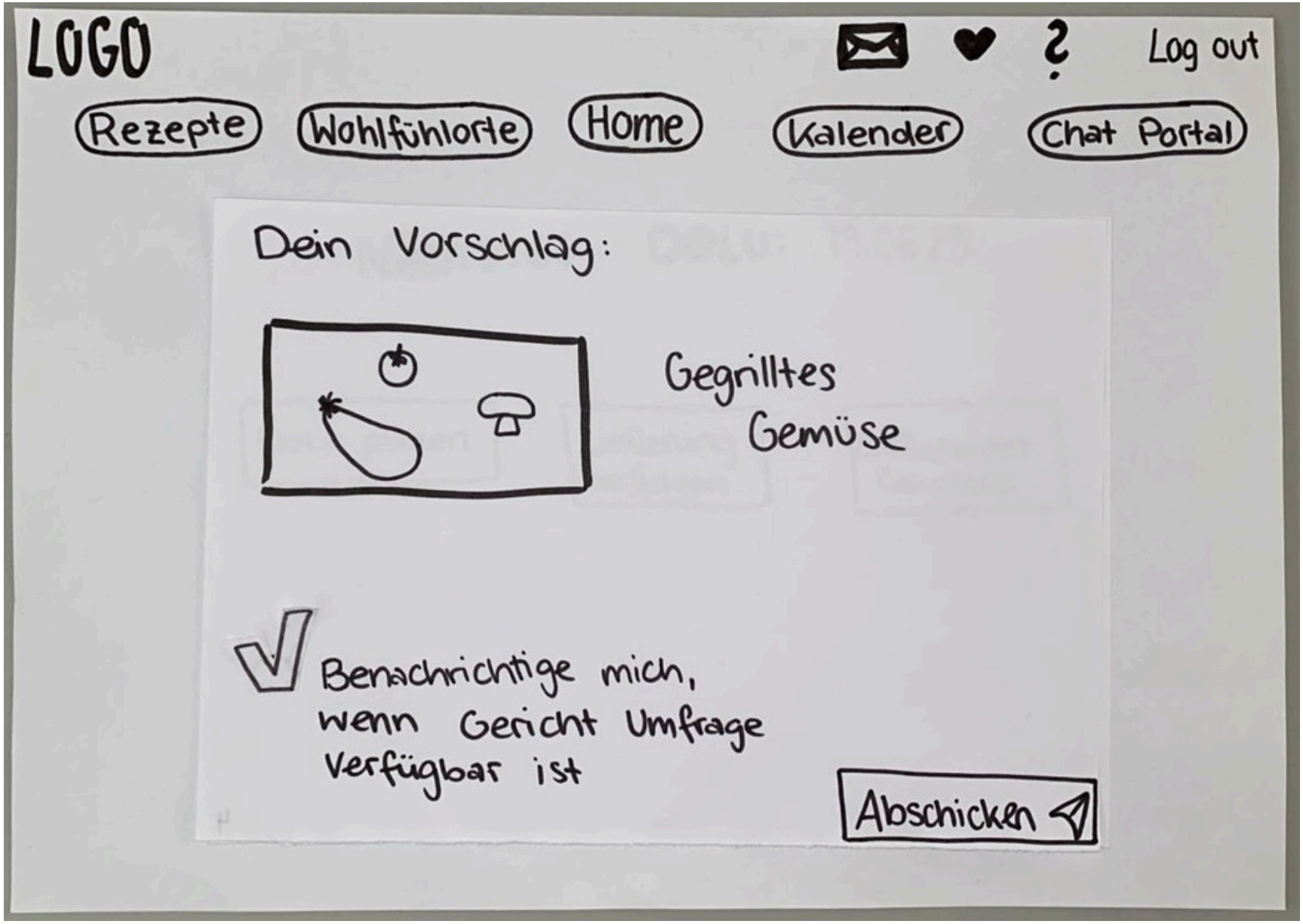


Abbildung 41: PPT / Rezept Abschicken

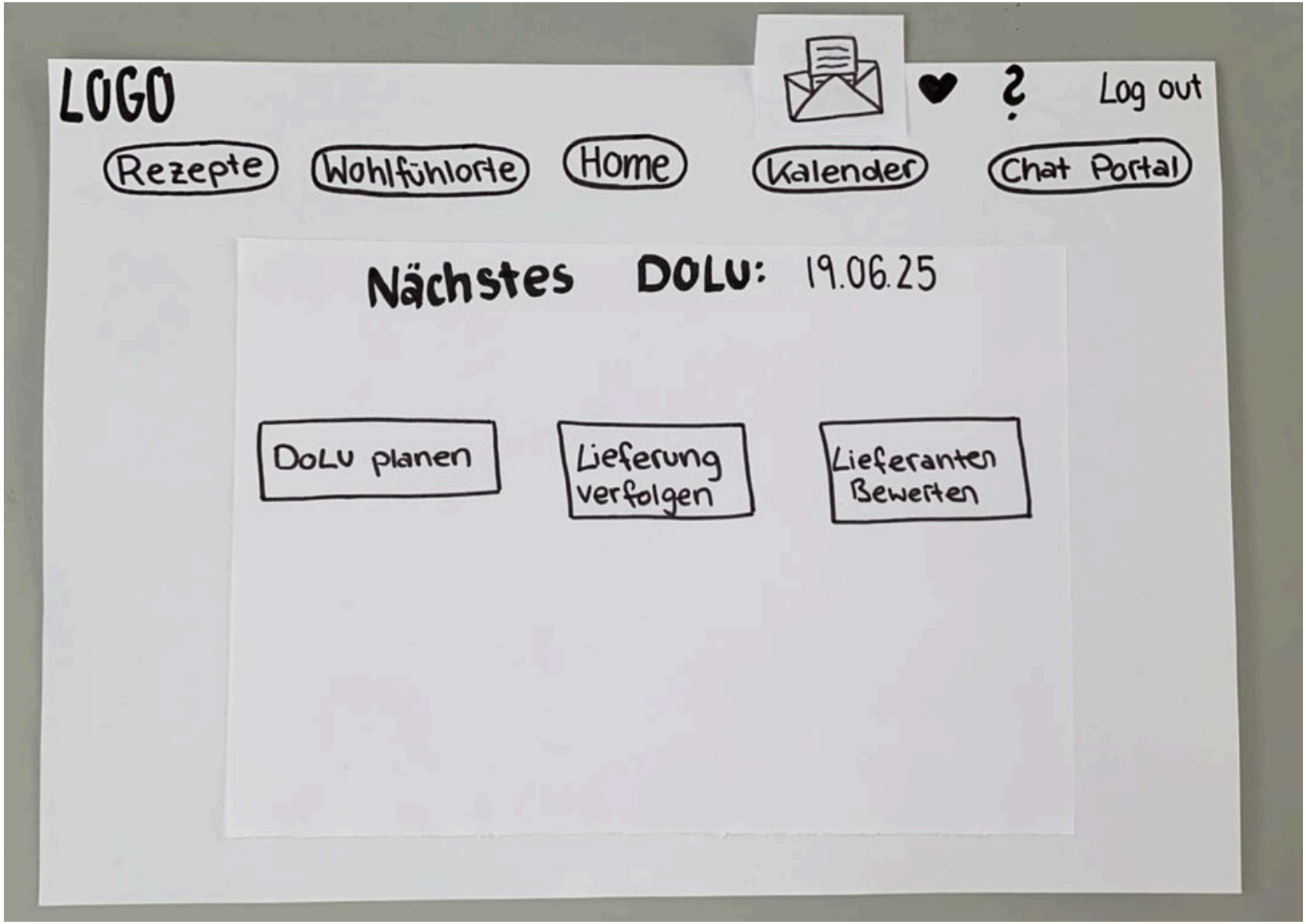


Abbildung 42: PPT / Benachrichtigung erhalten

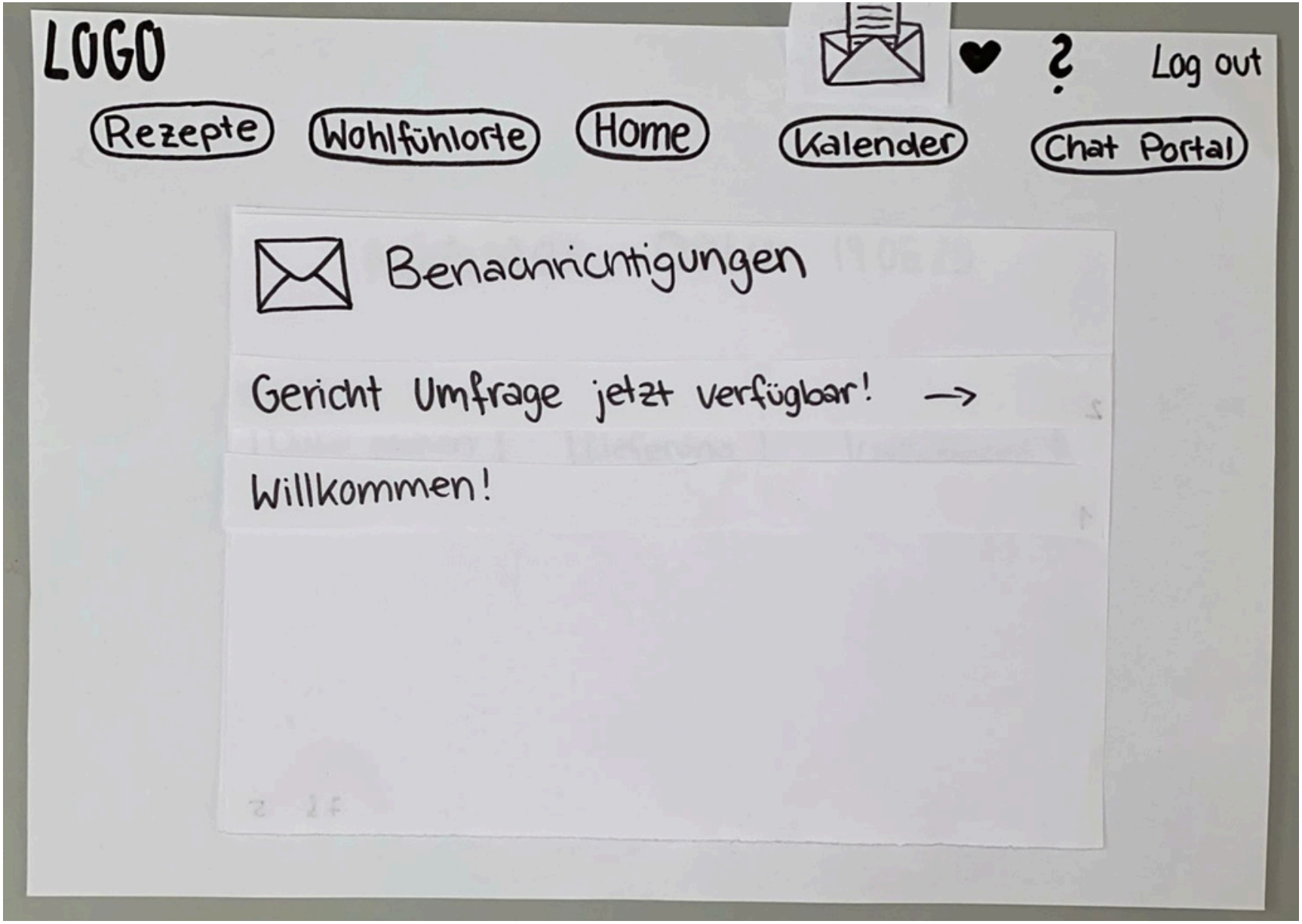


Abbildung 43: PPT / Benachrichtigung Umfrage verfügbar

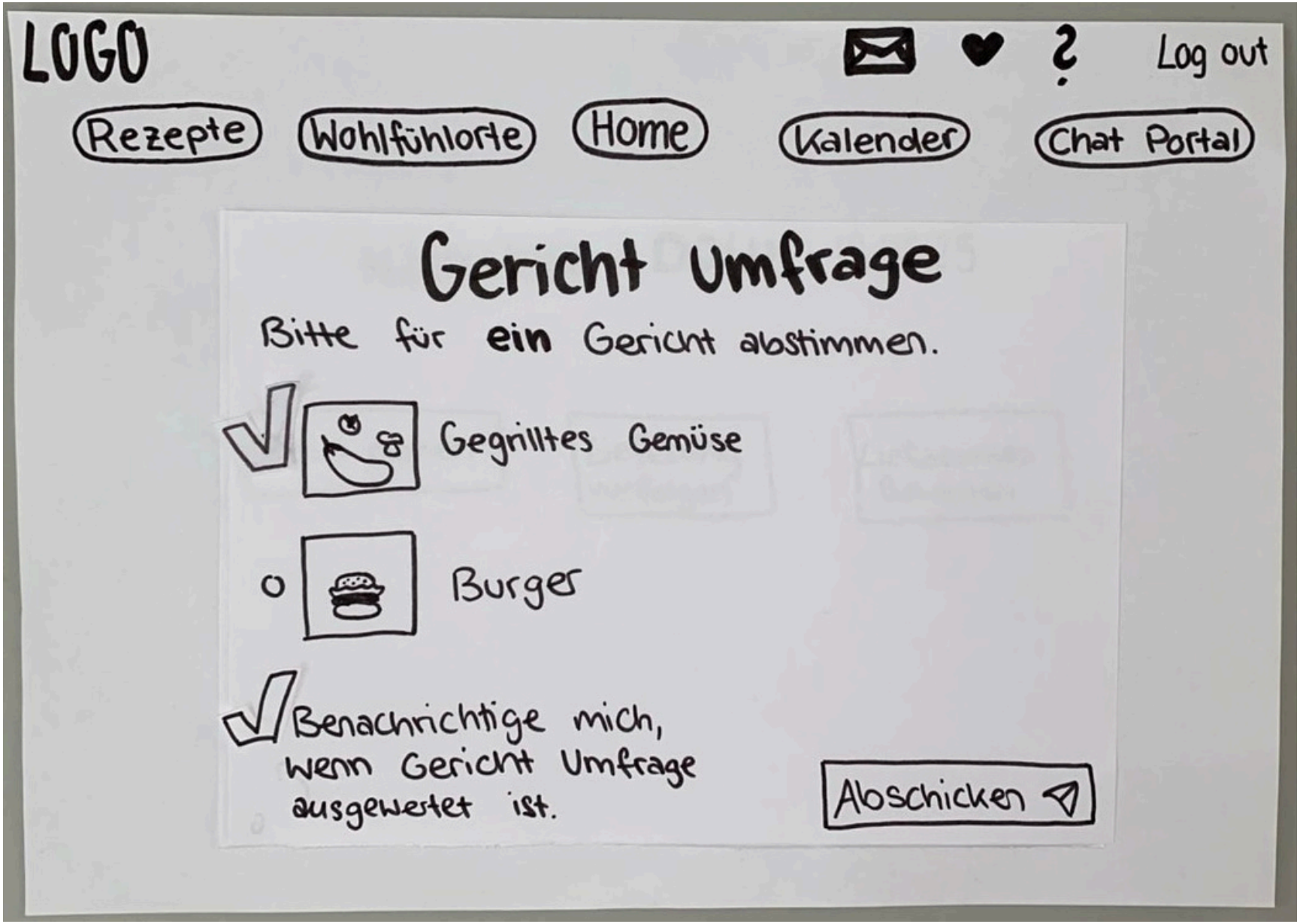


Abbildung 44: PPT / Umfrage

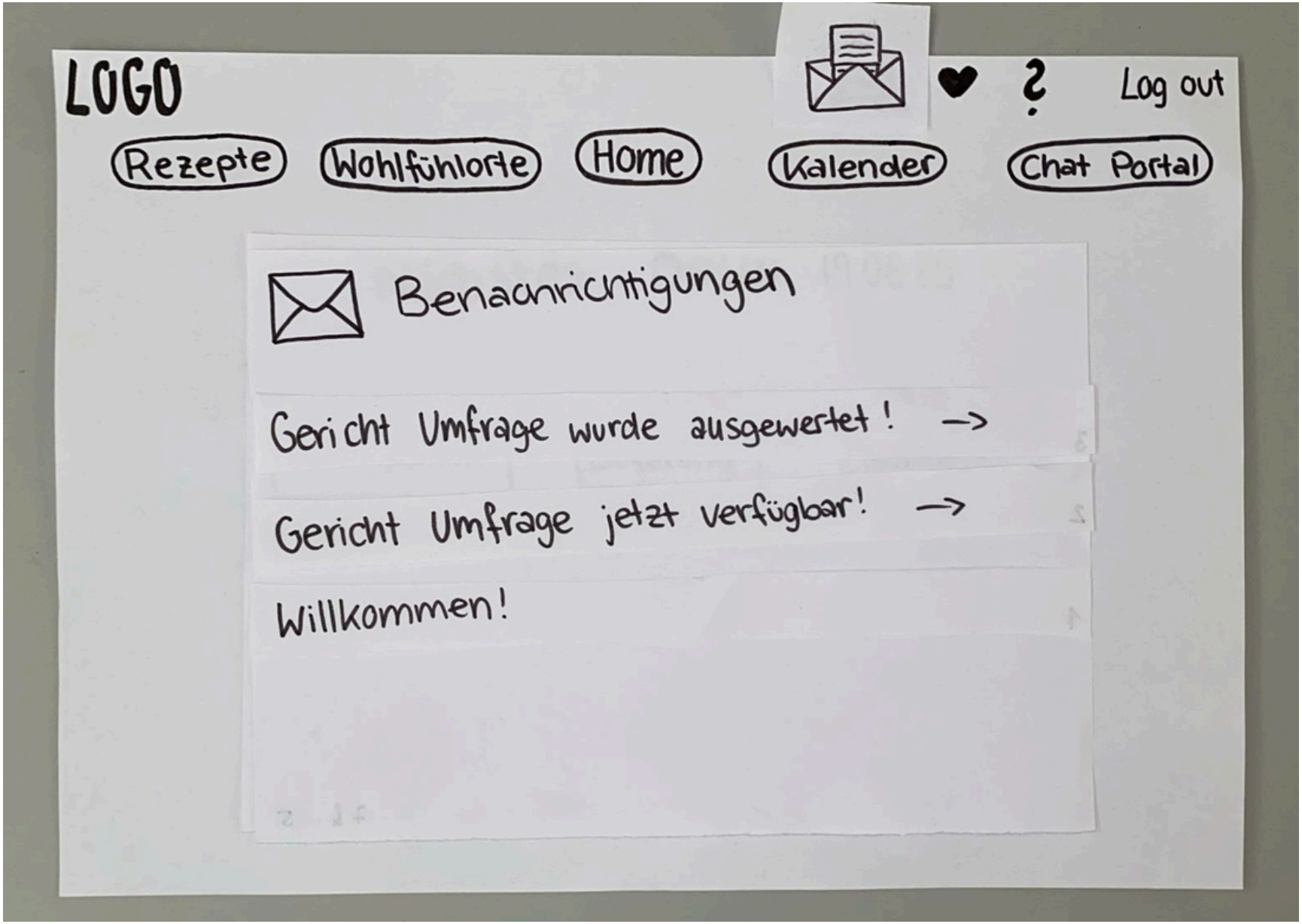


Abbildung 45: PPT / Benachrichtigung Umfrage ausgewertet

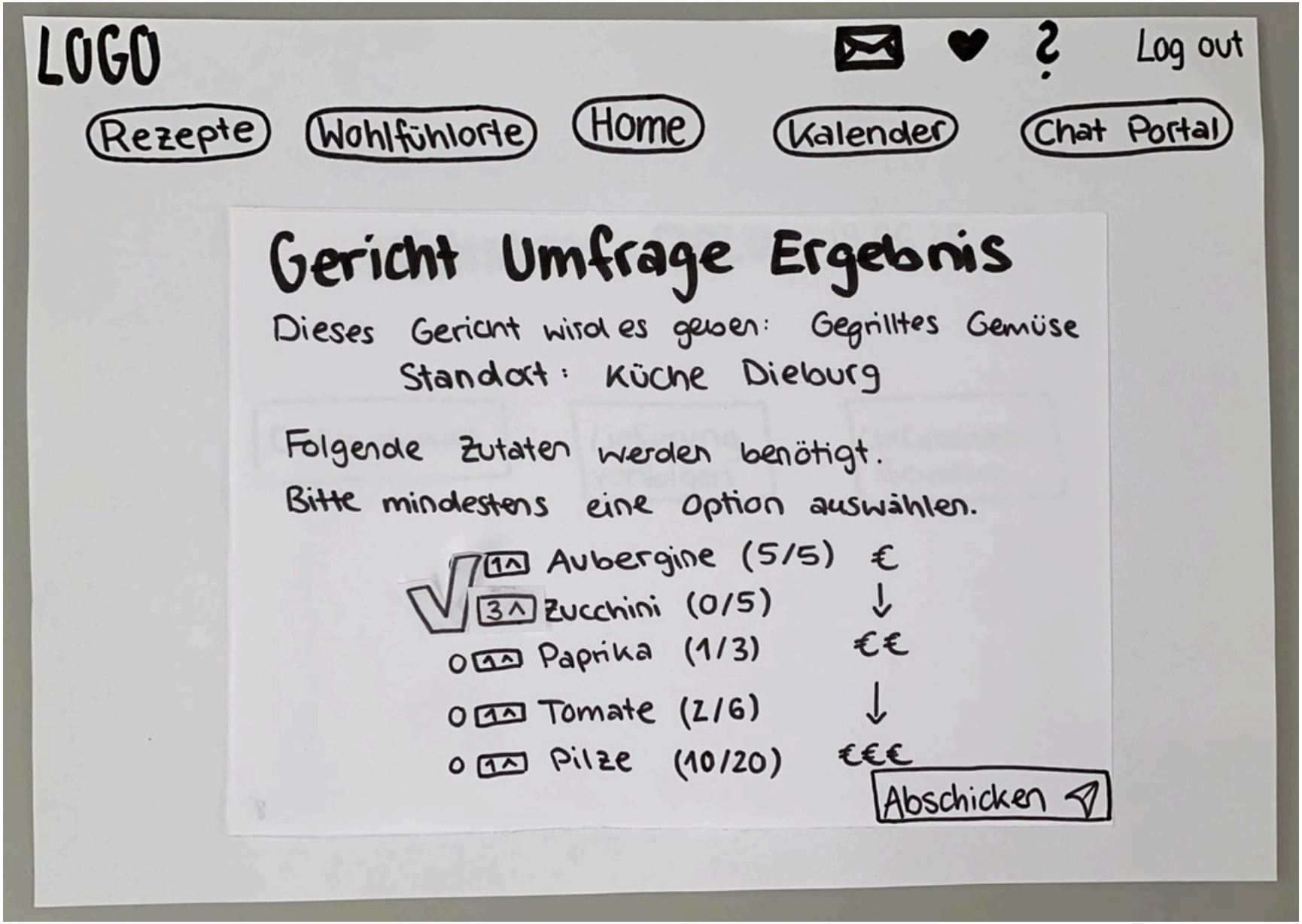


Abbildung 46: PPT / Umfrage Ergebnis

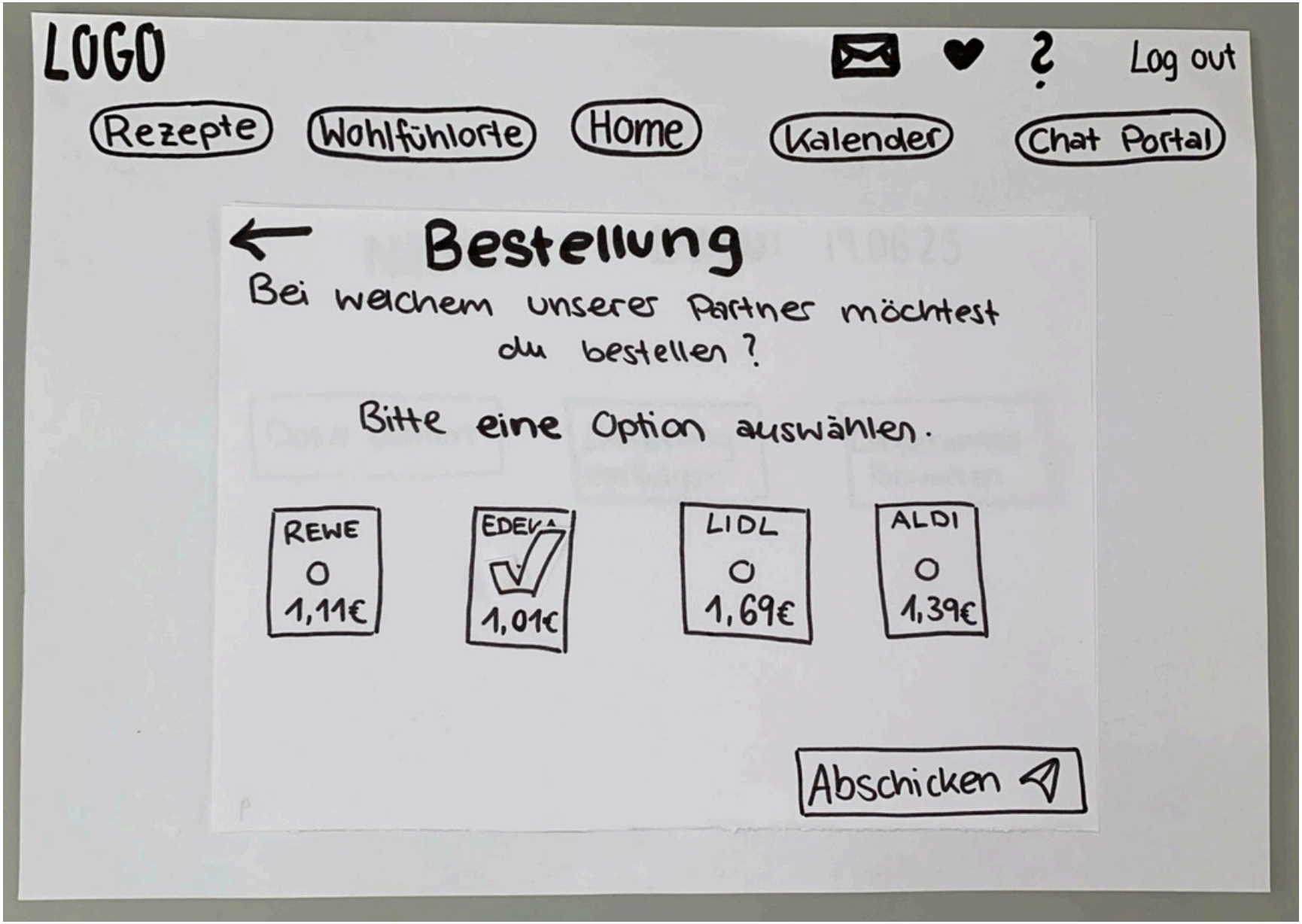


Abbildung 47: PPT / Partnermarkt wählen

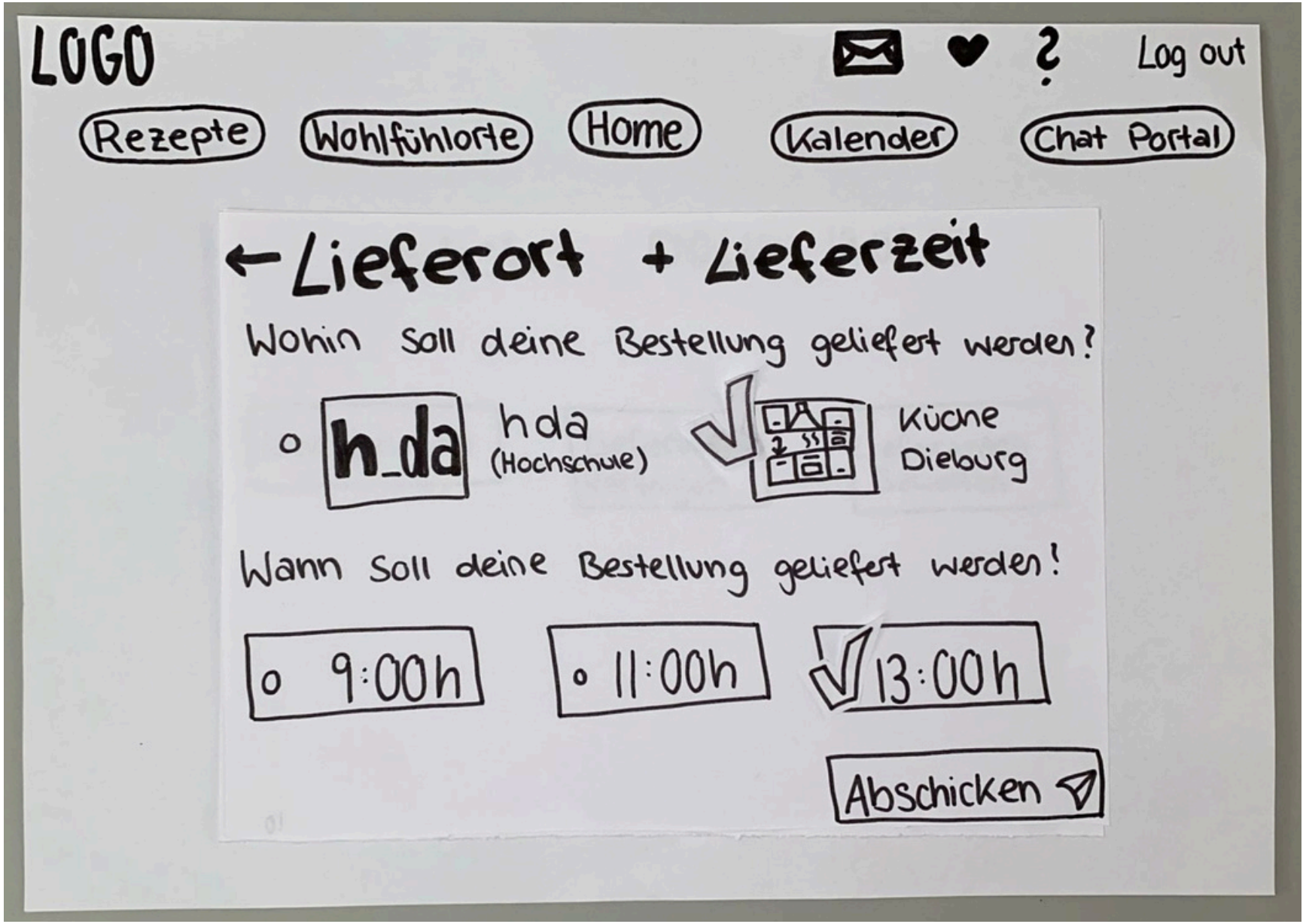


Abbildung 48: PPT / Lieferort und Lieferzeit wählen

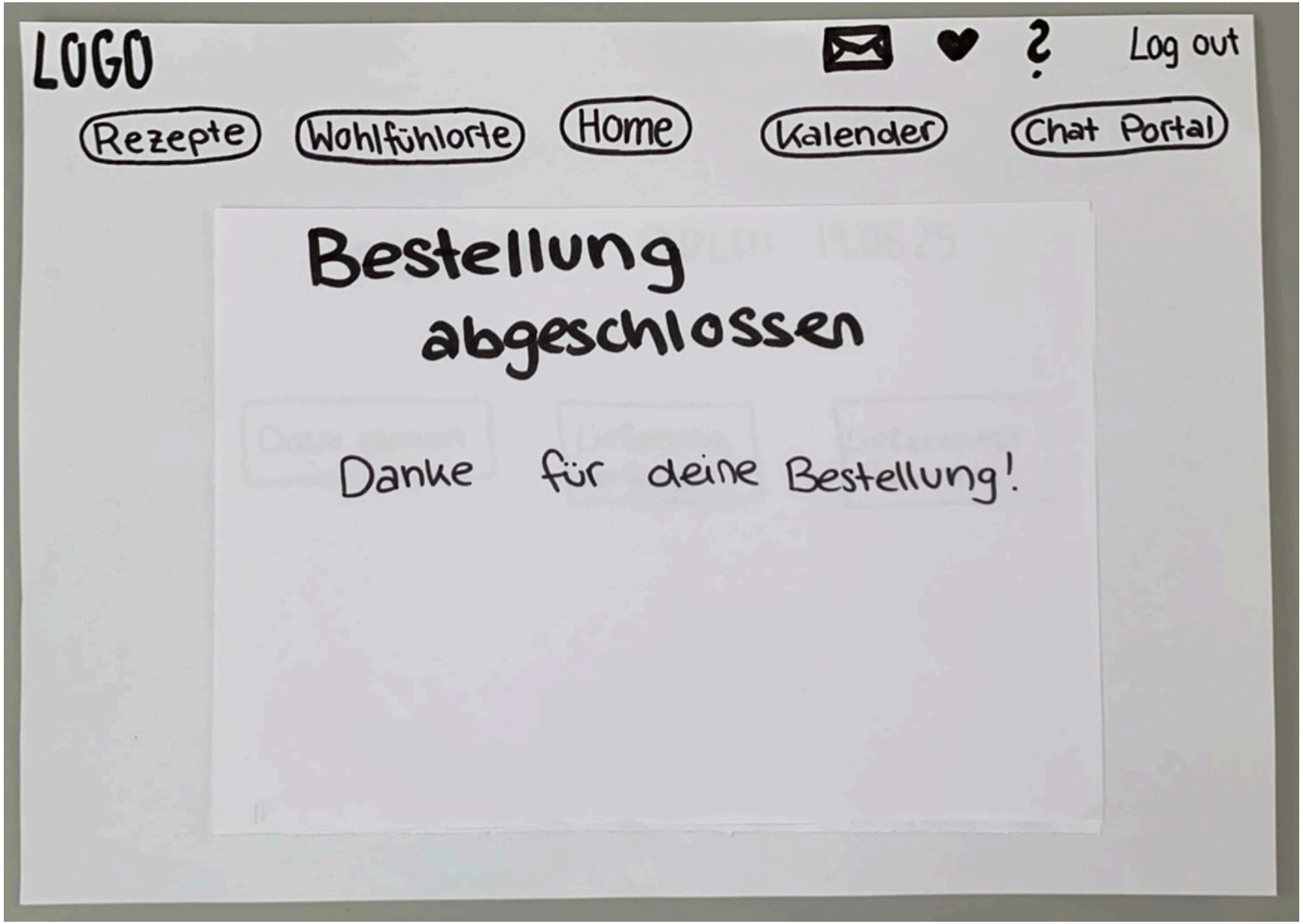


Abbildung 49: PPT / Bestellung abgeschlossen

Hi-Fi Wiresframes

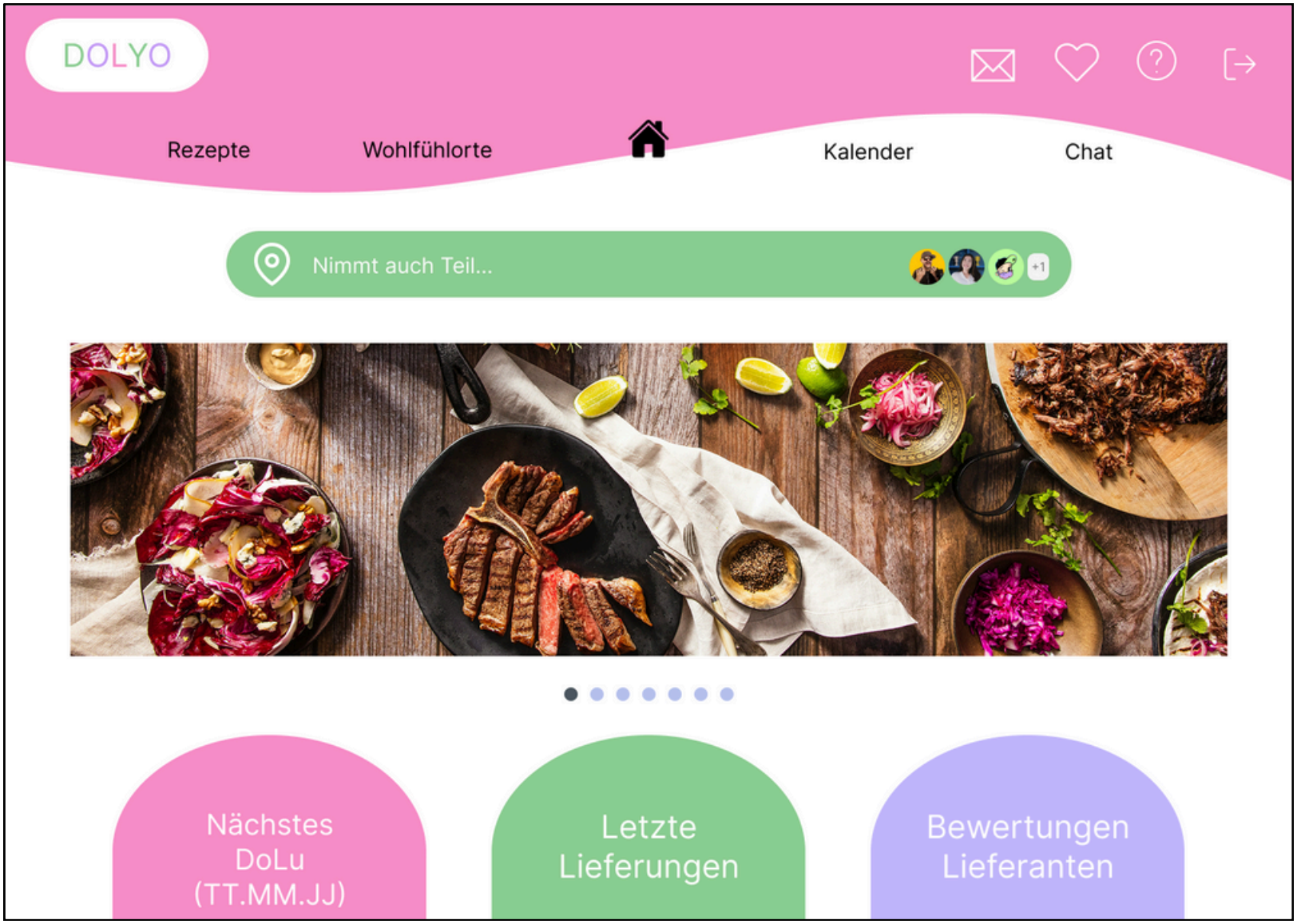


Abbildung 50: Hi-Fi / Home-Screen

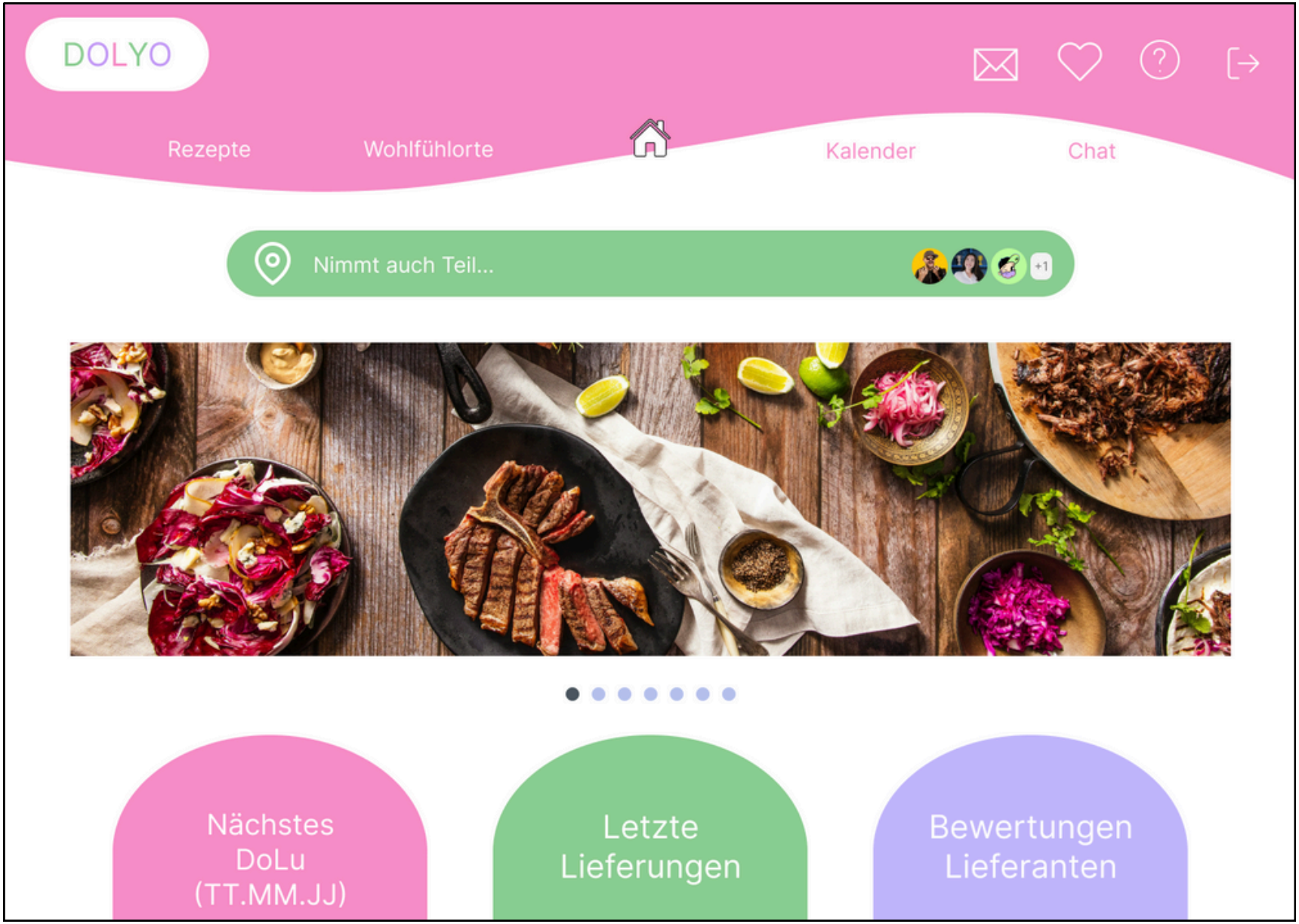


Abbildung 51: Hi-Fi / Home-Screen gehovert

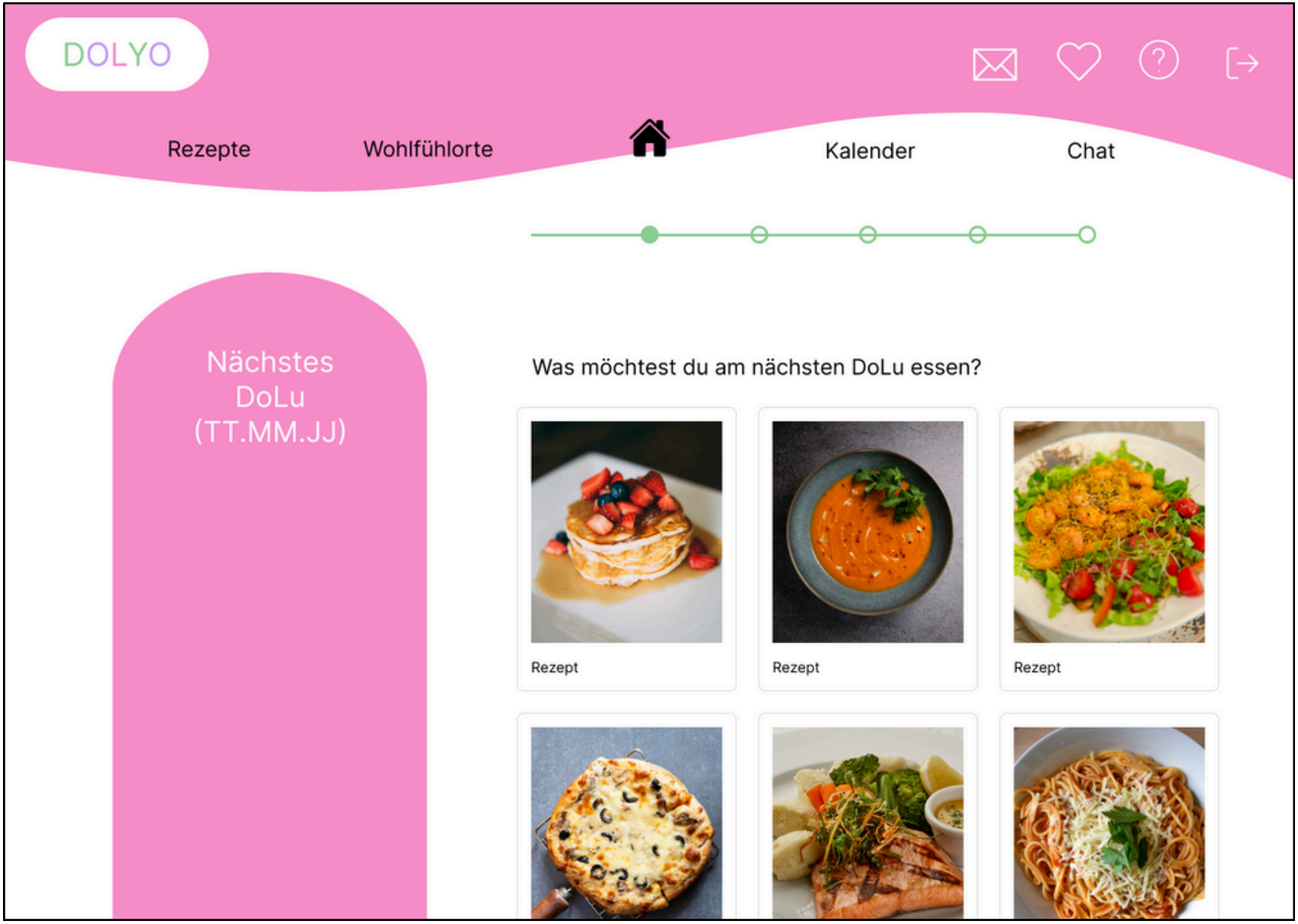


Abbildung 52: Hi-Fi / Rezept für Umfrage abgeben

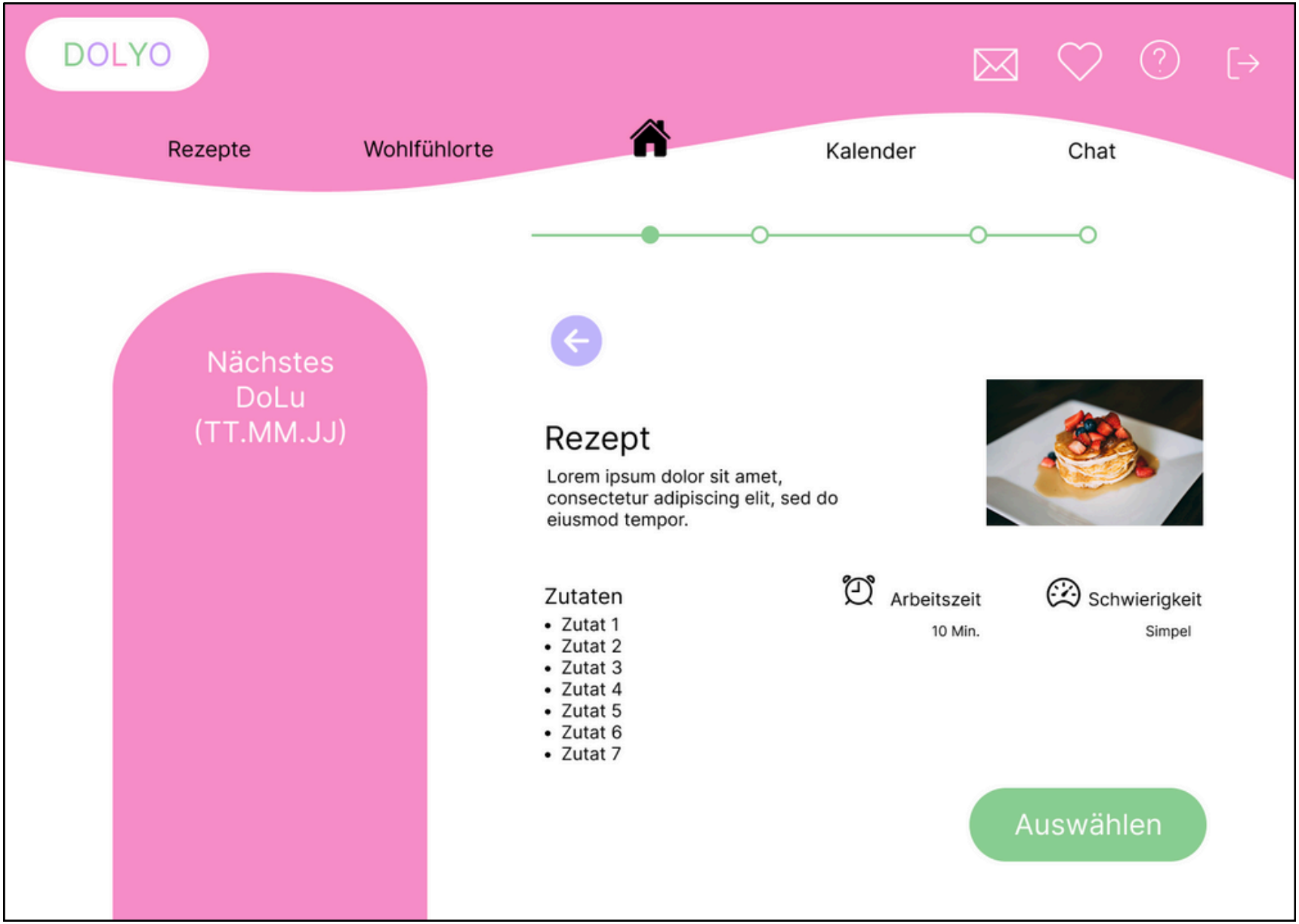


Abbildung 53: Hi-Fi / Rezept Zusammenfassung

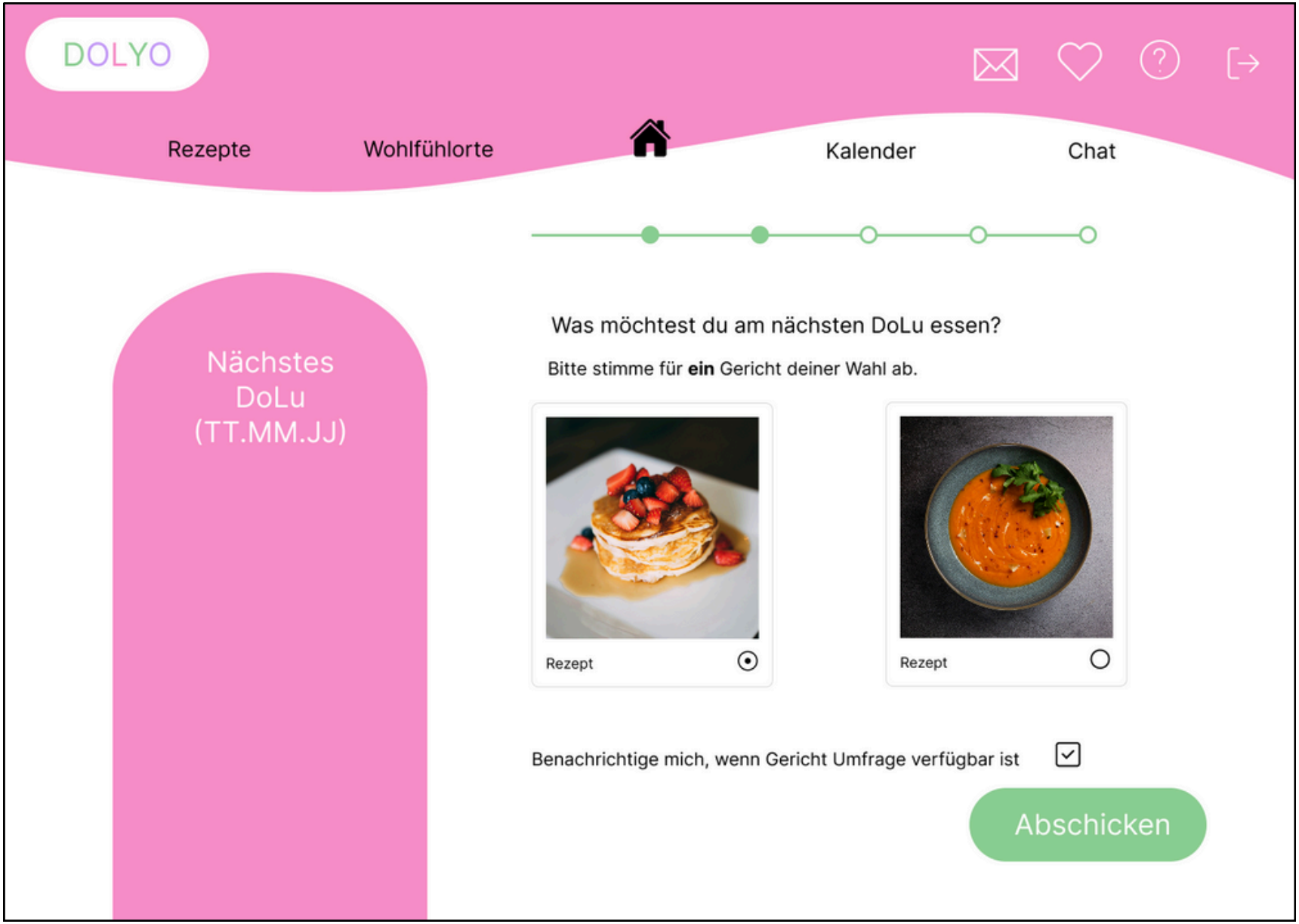


Abbildung 54: Hi-Fi / Rezept Abschicken

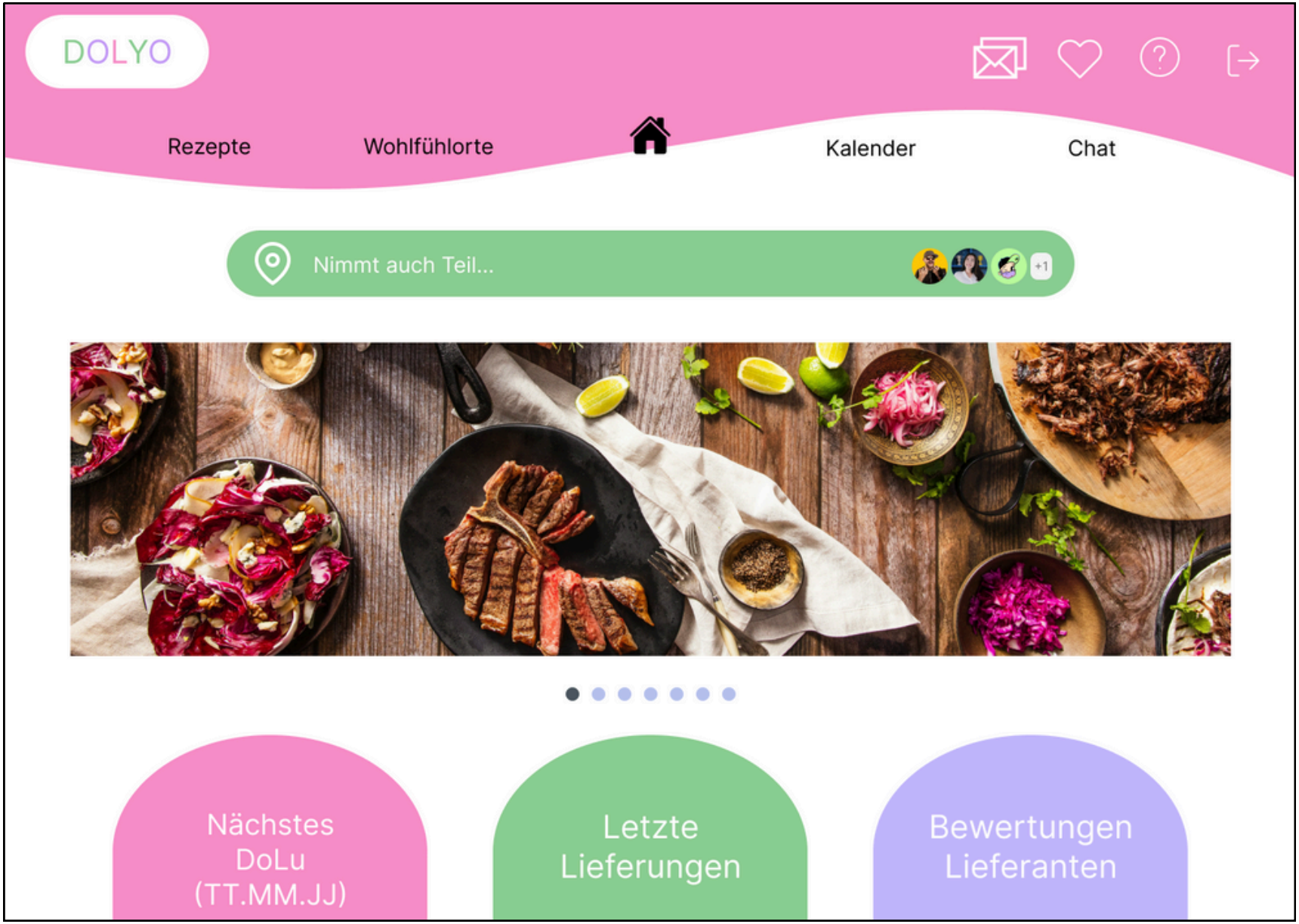


Abbildung 55: Hi-Fi / Benachrichtigung erhalten

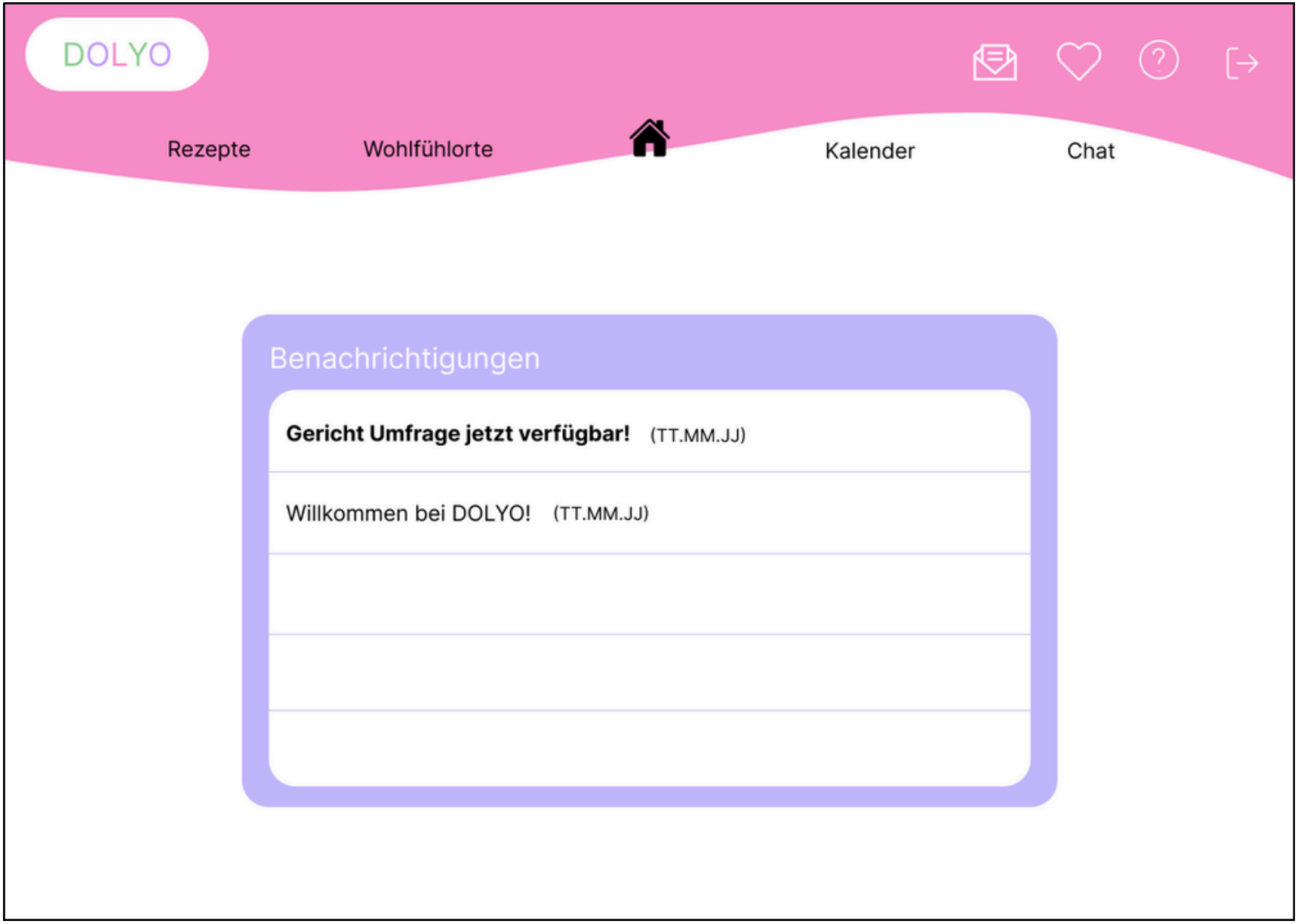


Abbildung 56: Hi-Fi / Benachrichtigung Umfrage verfügbar

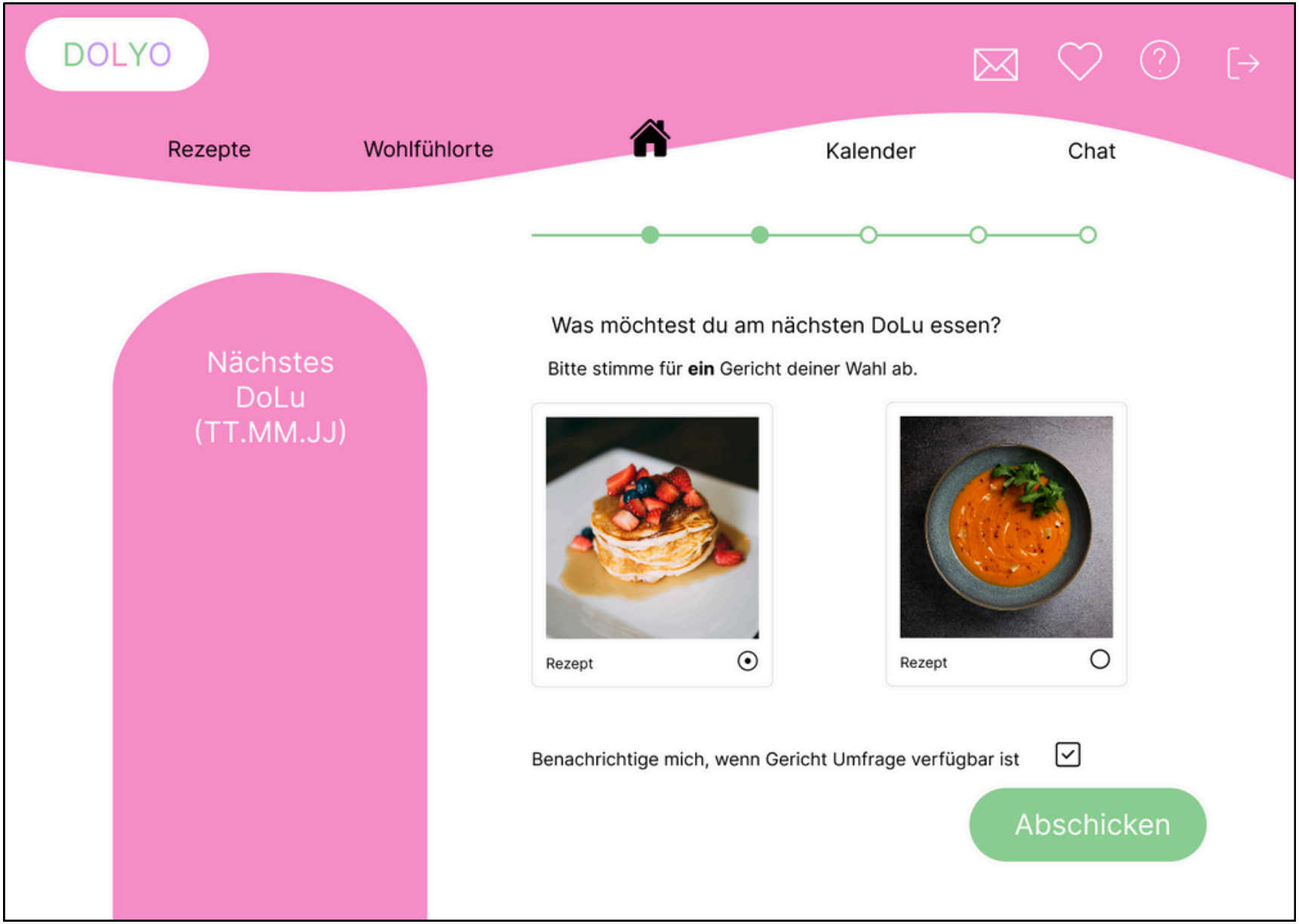


Abbildung 57: Hi-Fi / Umfrage

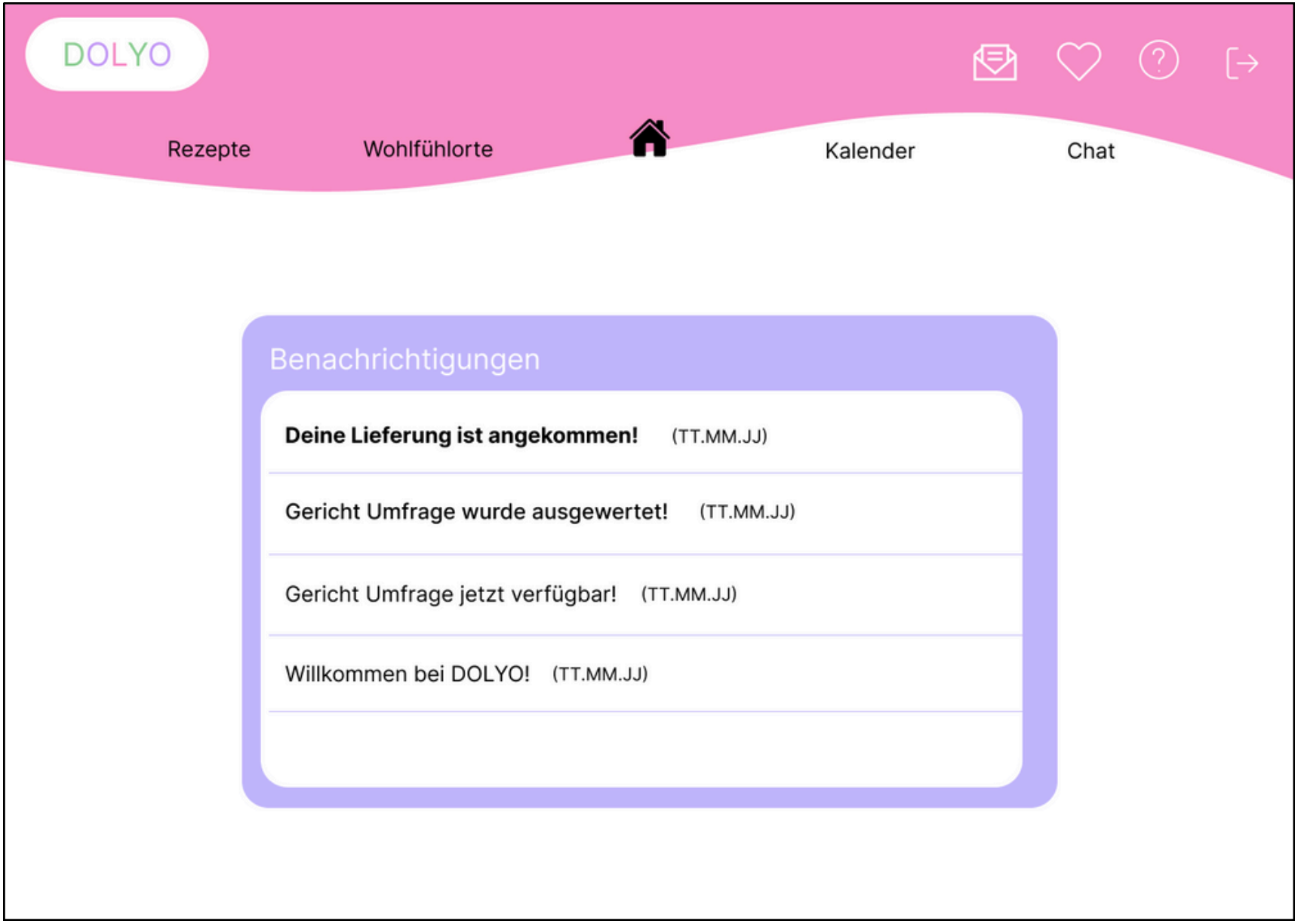


Abbildung 58: Hi-Fi / Benachrichtigung Umfrage ausgewertet

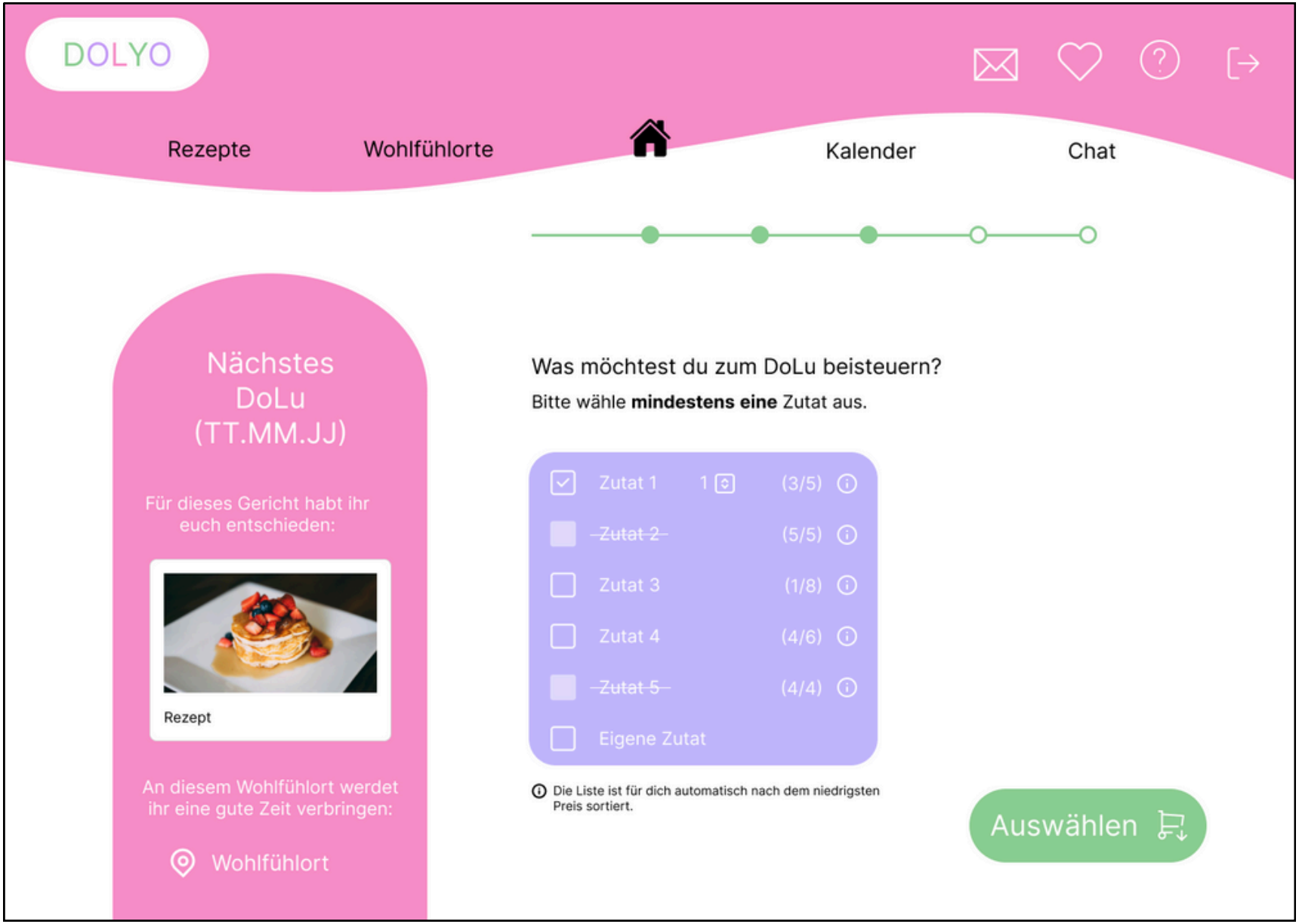


Abbildung 59: Hi-Fi / Umfrage Ergebnis

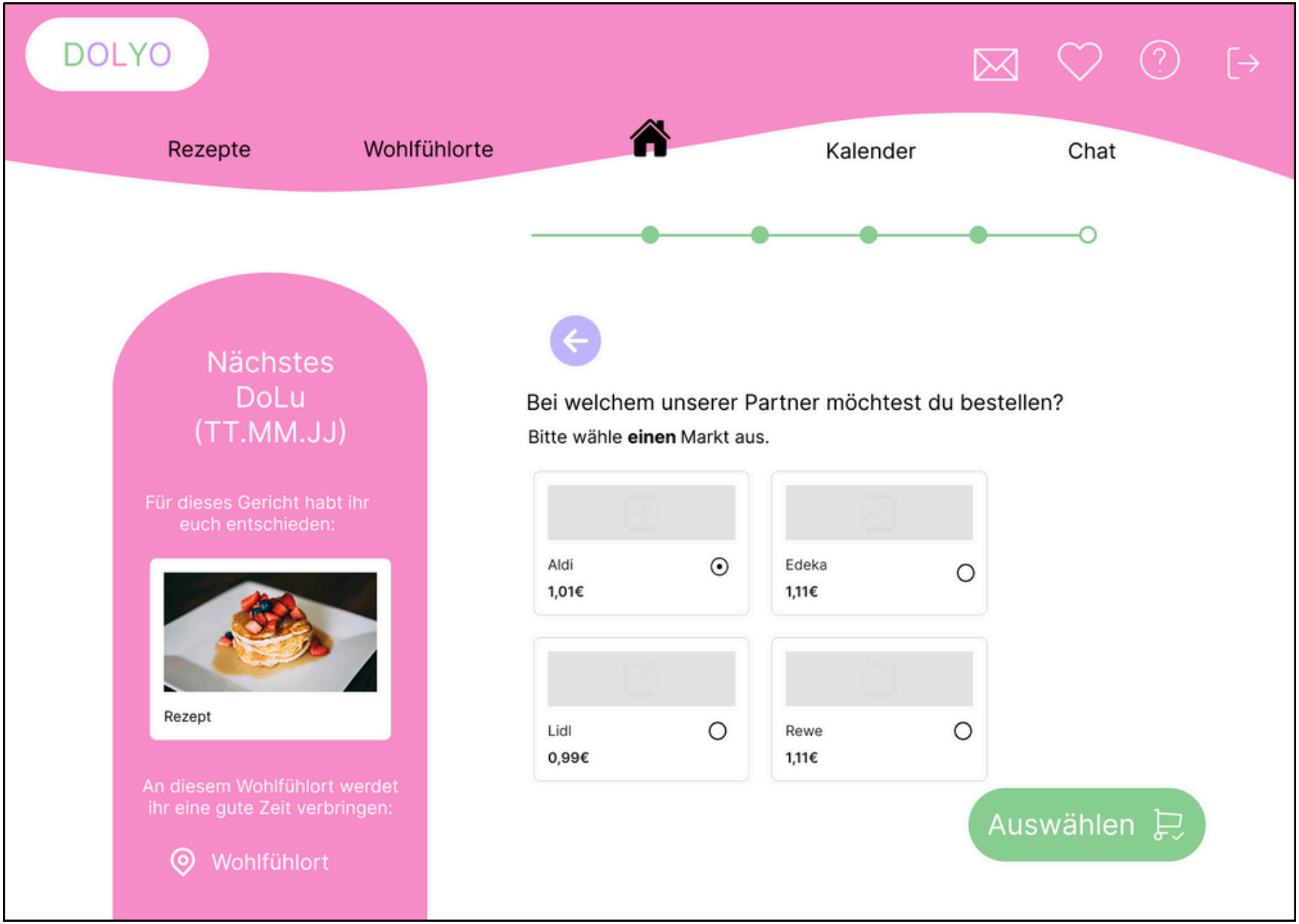


Abbildung 60: Hi-Fi / Partnermarkt wählen

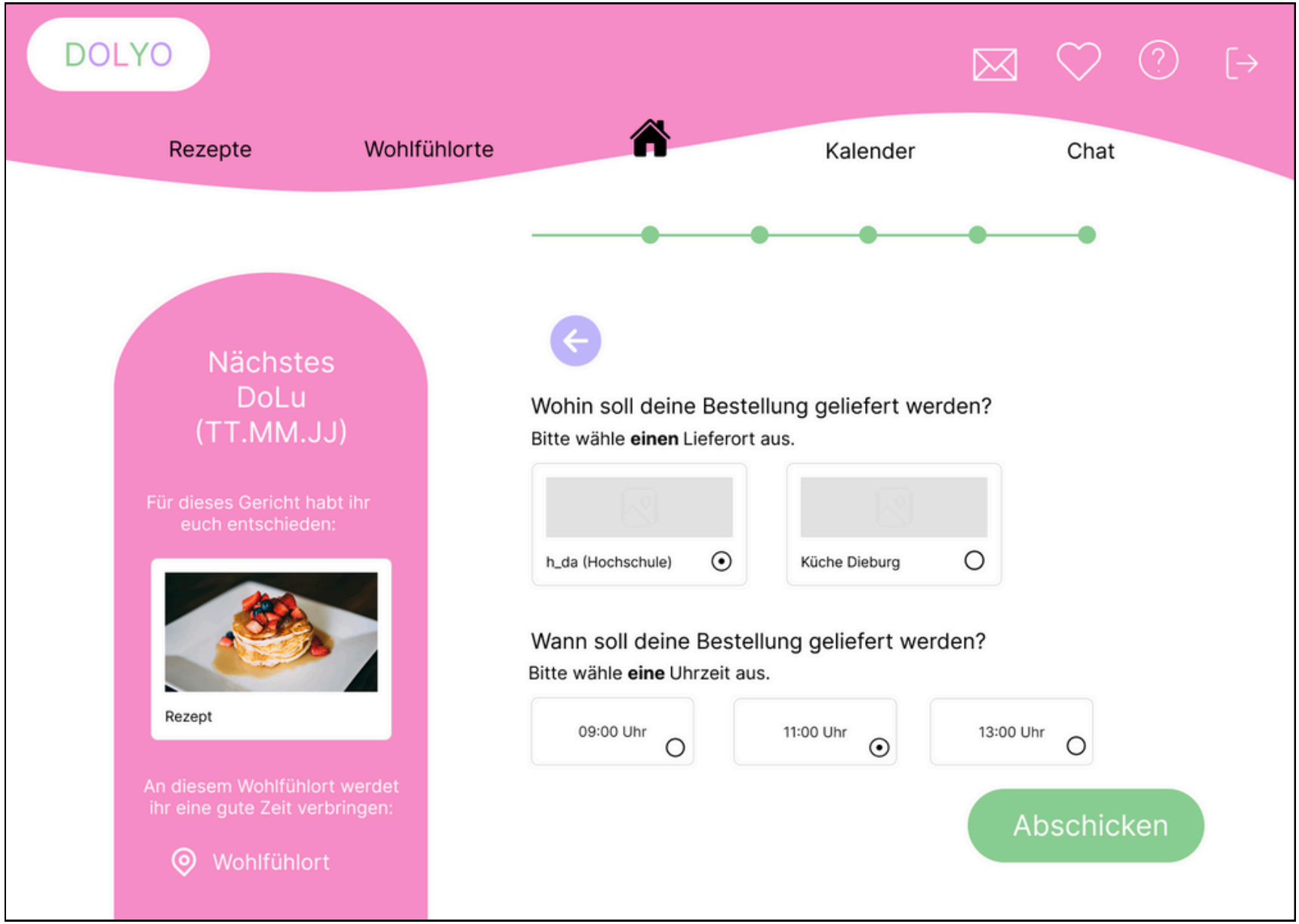


Abbildung 61: Hi-Fi / Lieferort und Lieferzeit wählen

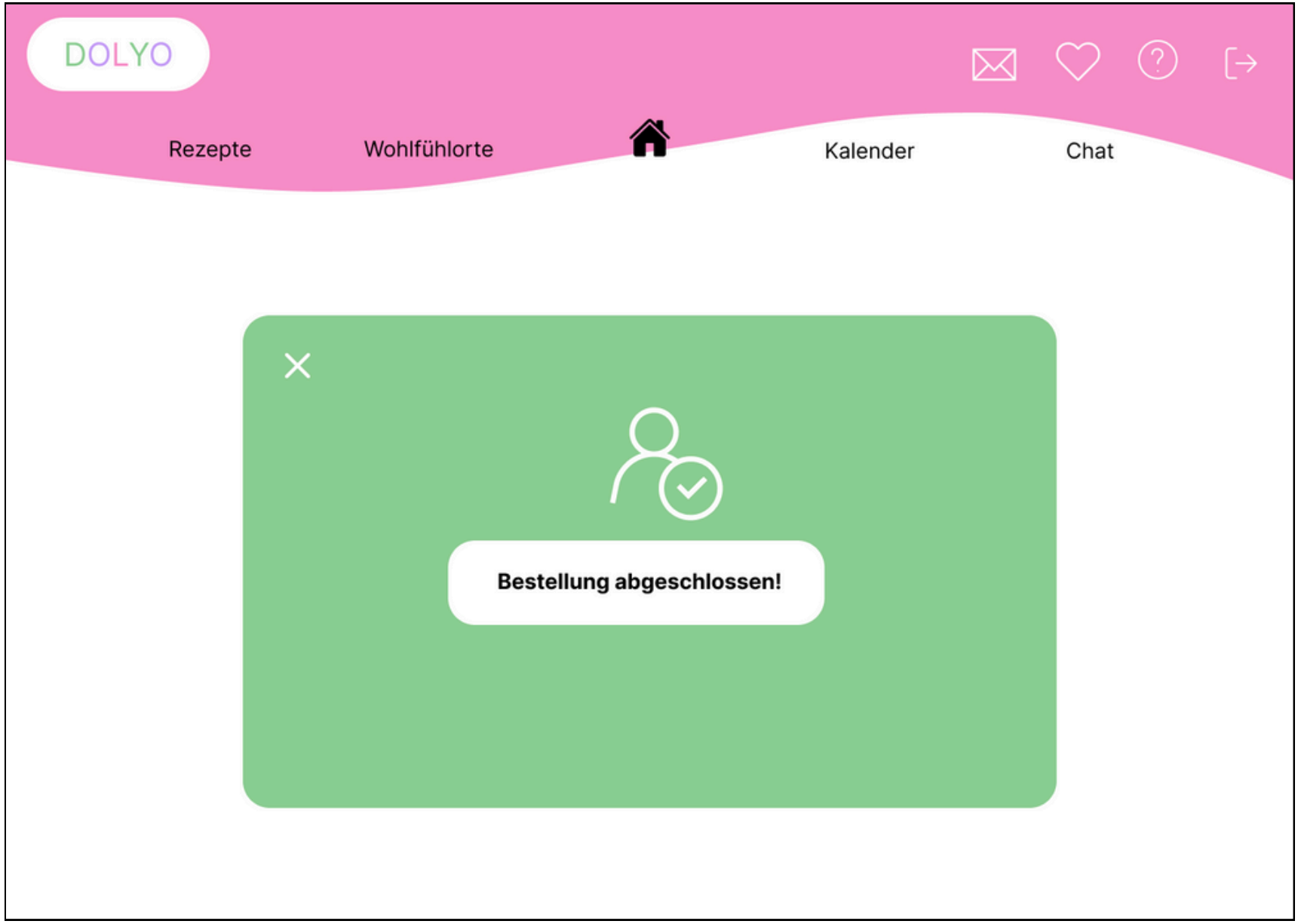


Abbildung 62: Hi-Fi / Bestellung abgeschlossen

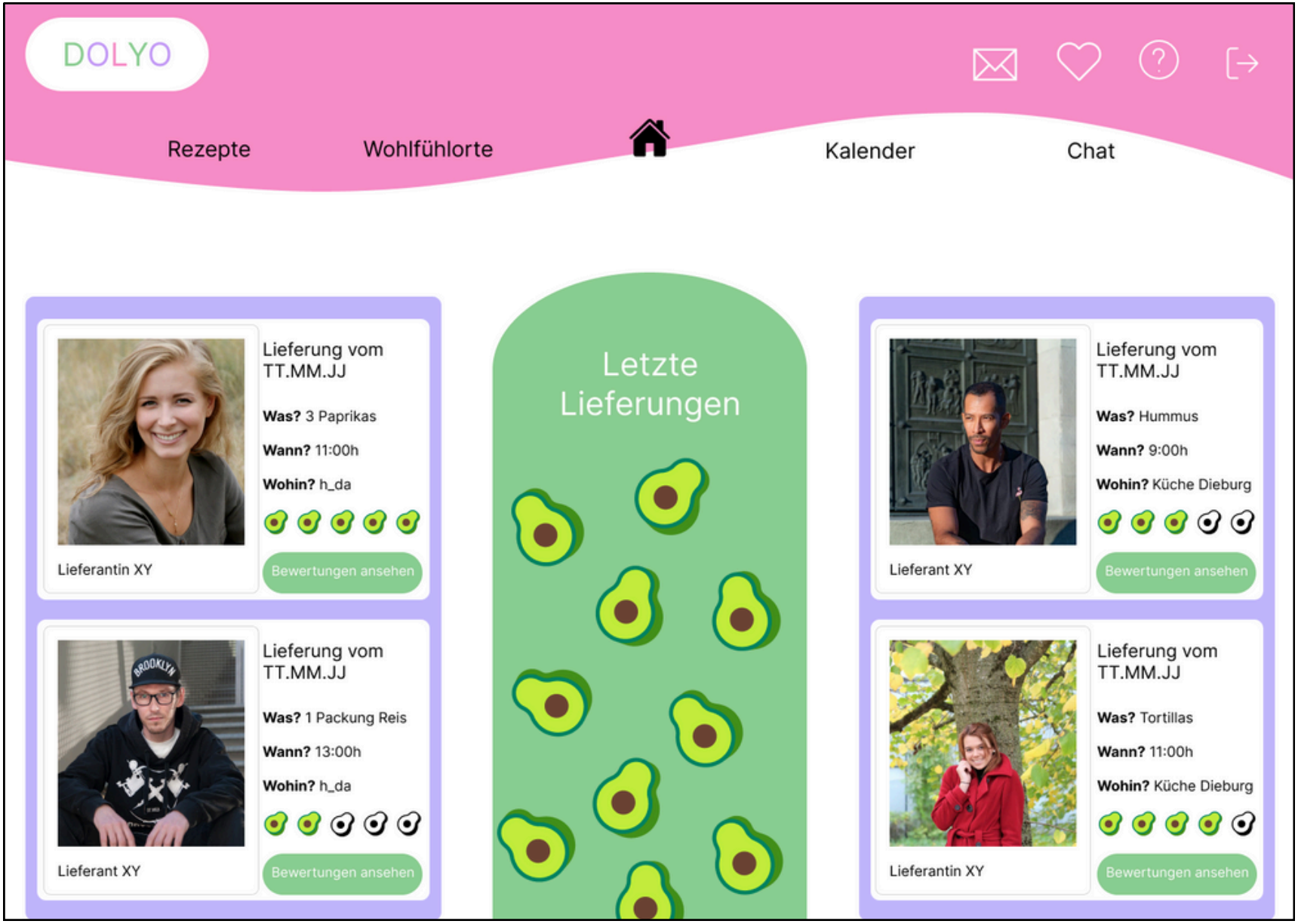


Abbildung 63: Hi-Fi / Letzte Lieferungen

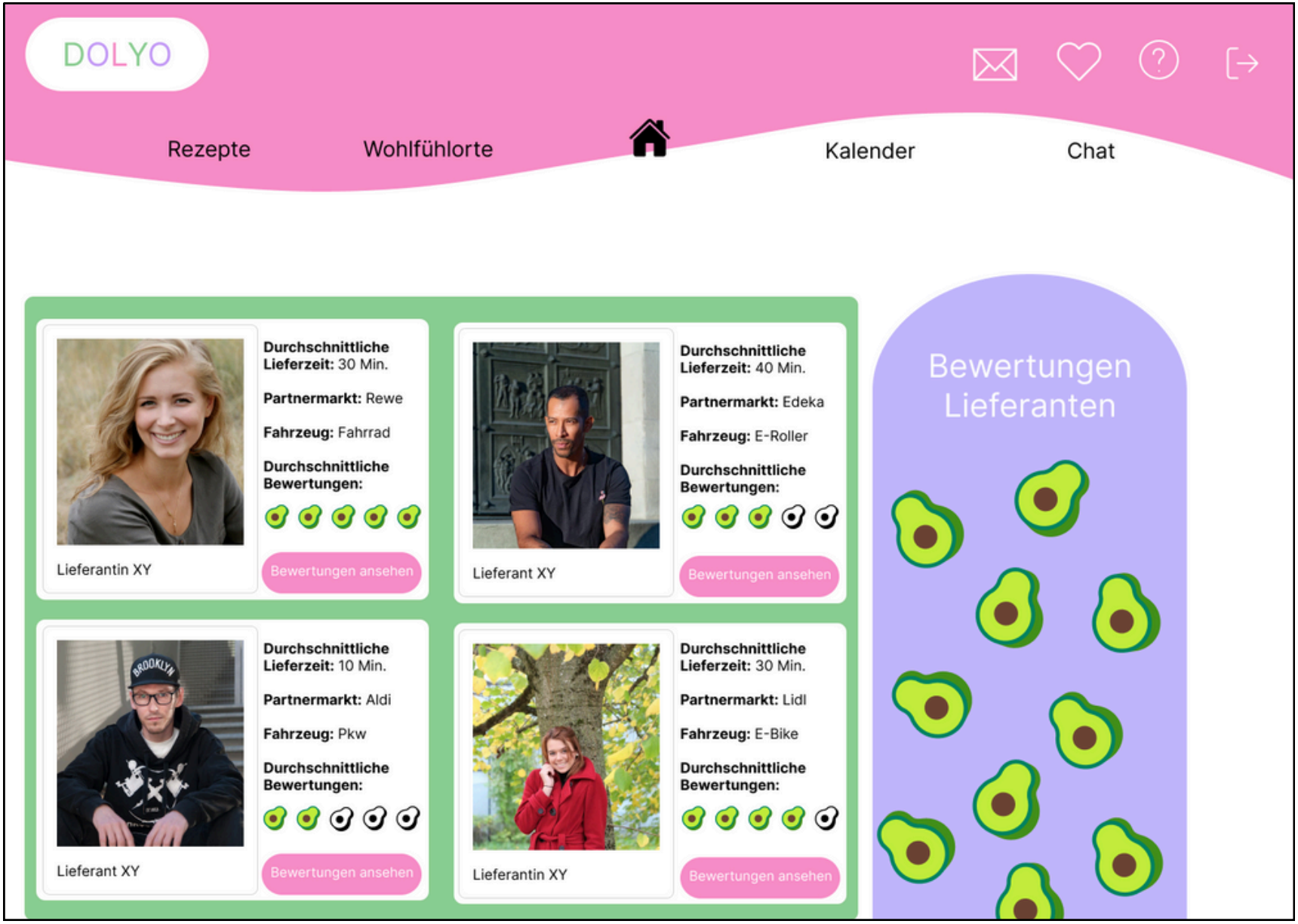


Abbildung 64: Hi-Fi / Bewertungen Lieferanten

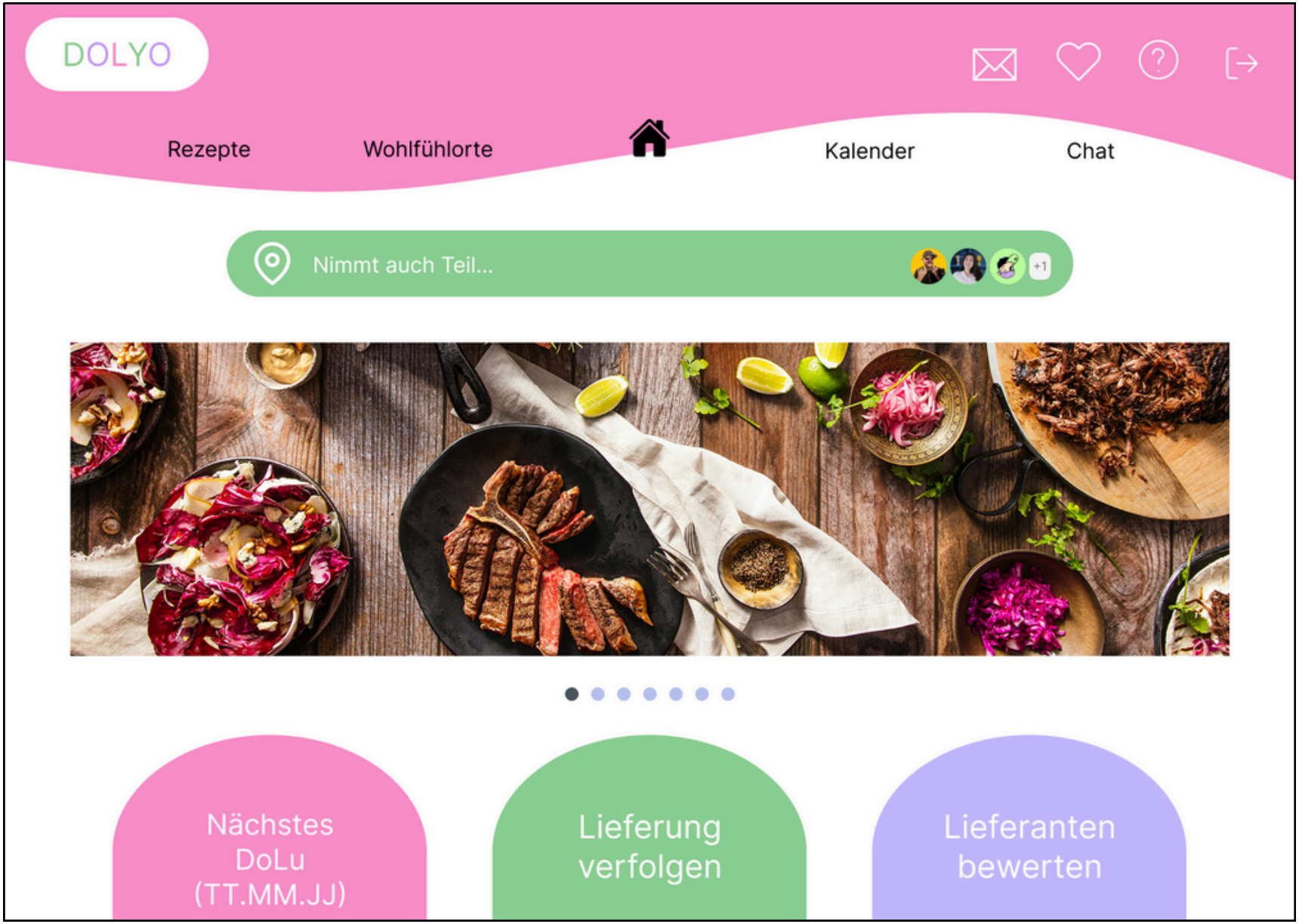


Abbildung 65: Hi-Fi / Home-Screen 2

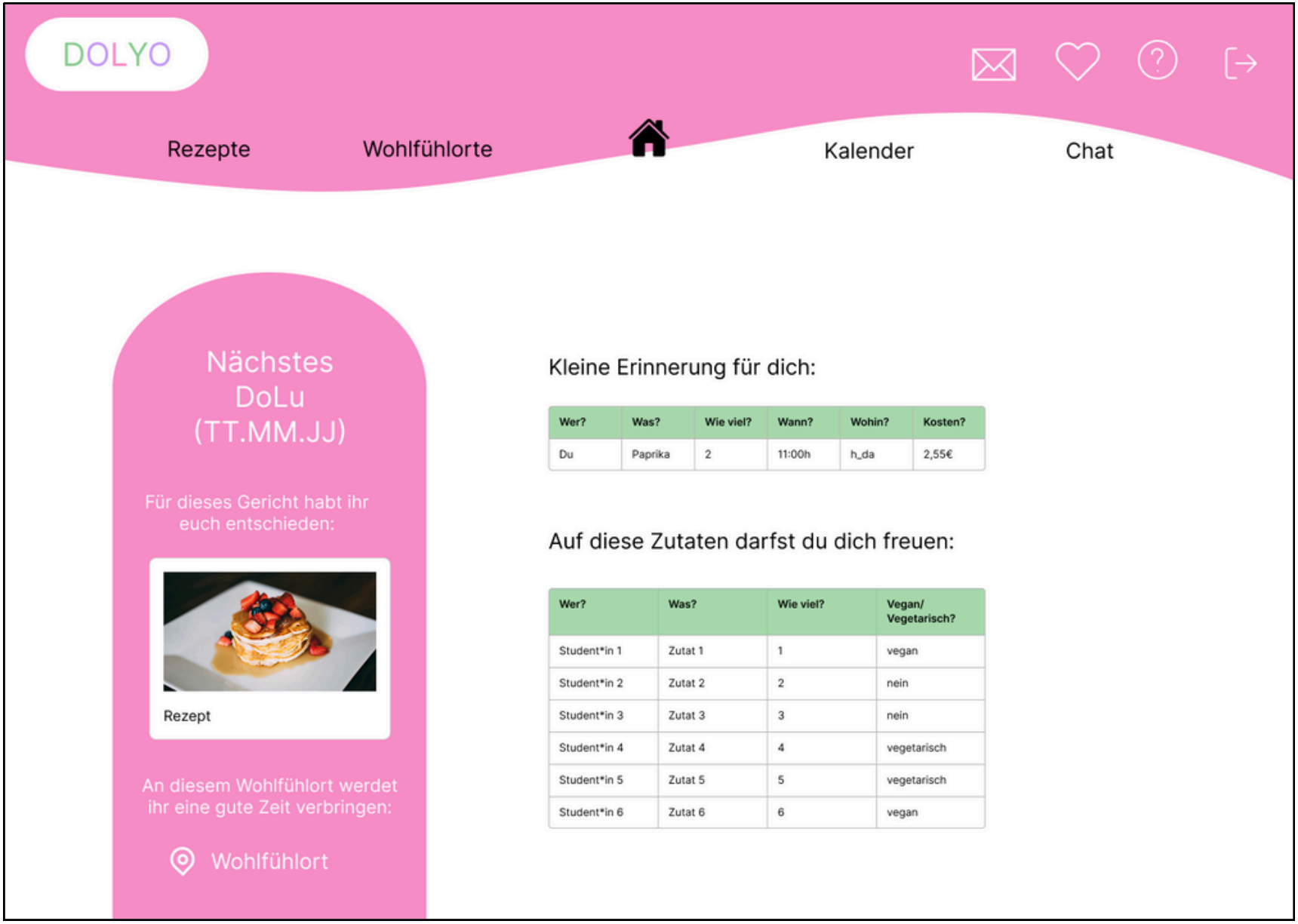


Abbildung 66: Hi-Fi / DoLu Übersicht

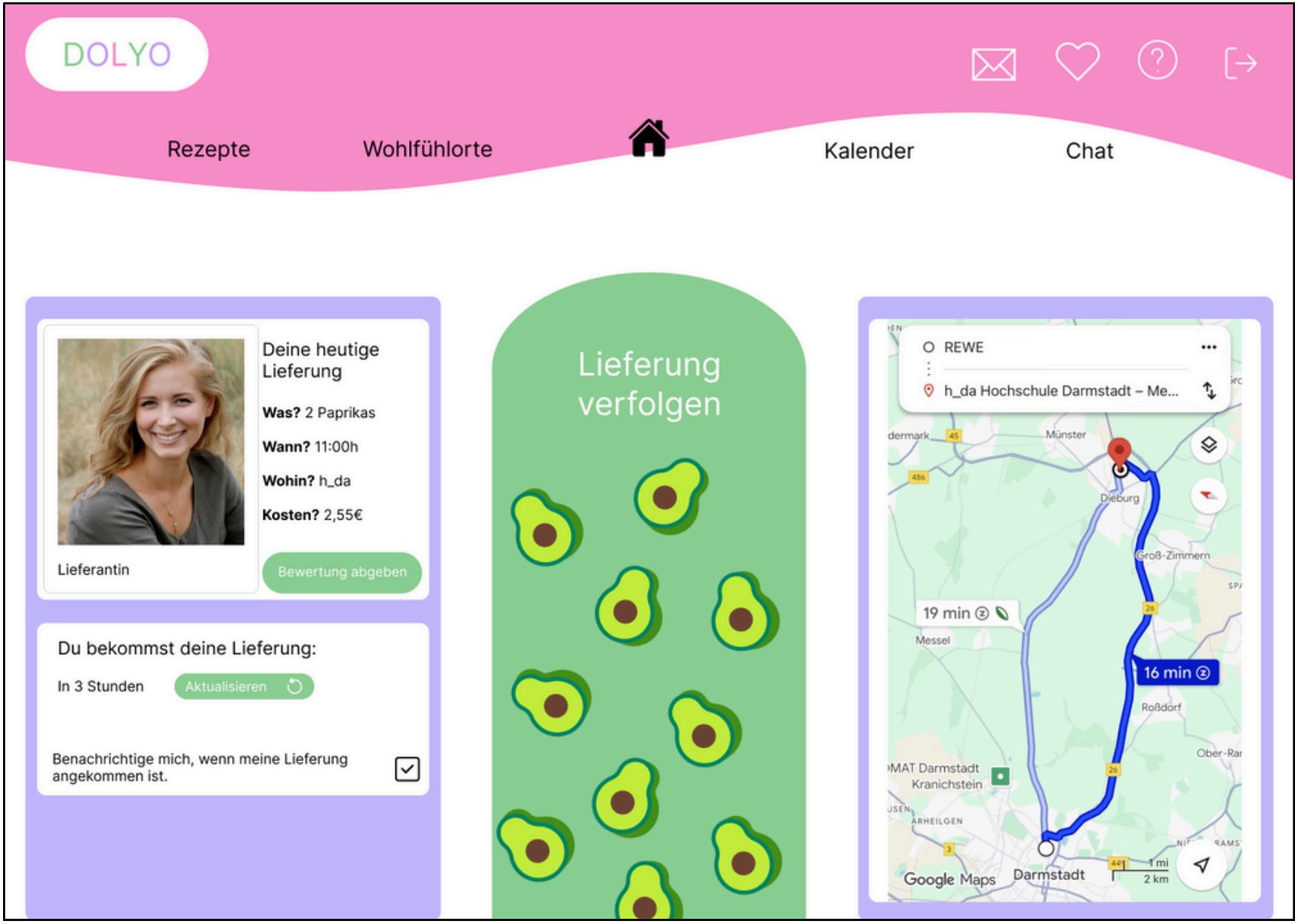


Abbildung 67: Hi-Fi / Lieferung verfolgen 1

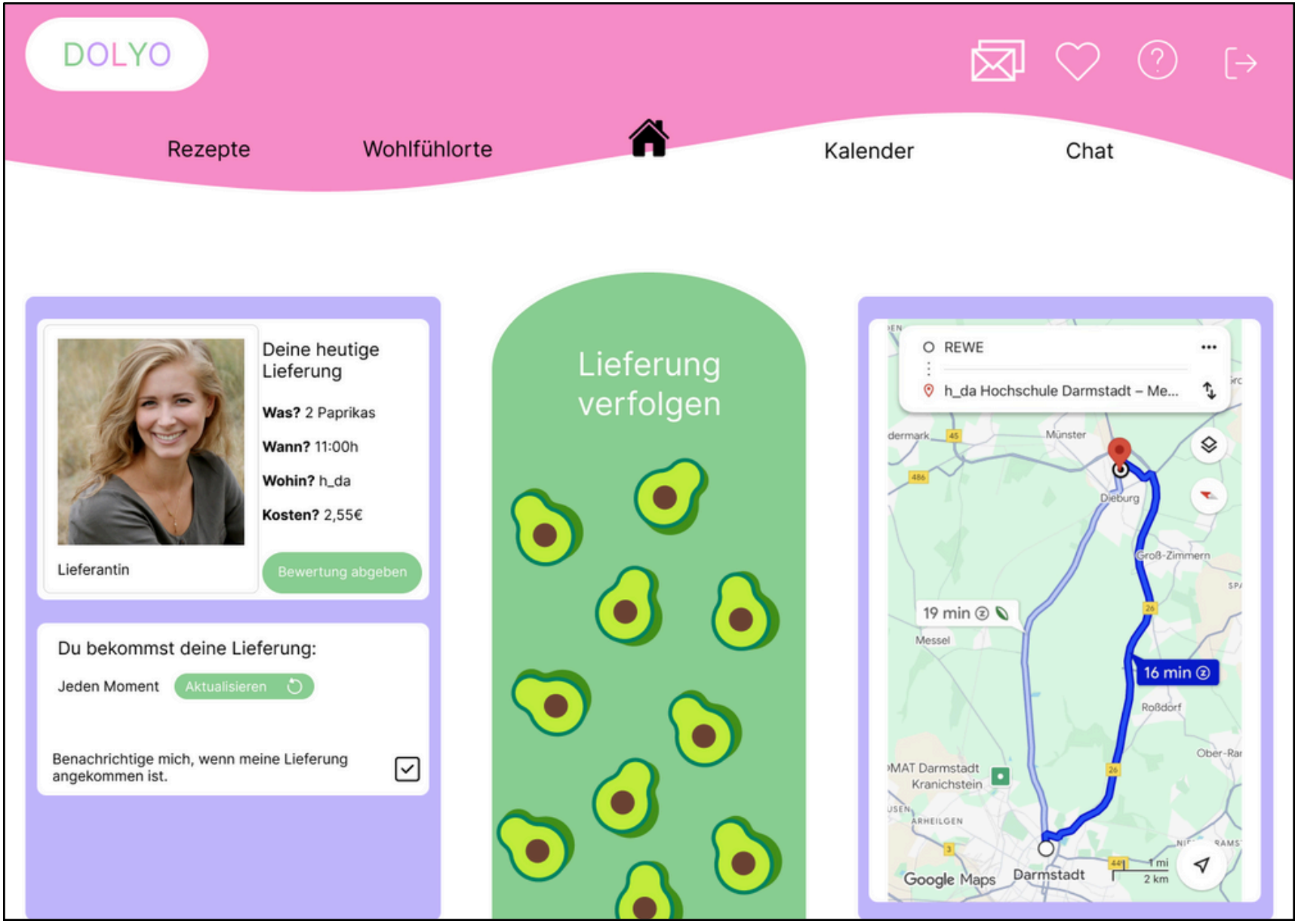


Abbildung 68: Hi-Fi / Lieferung verfolgen 2



Abbildung 69: Hi-Fi / Lieferung angekommen 1

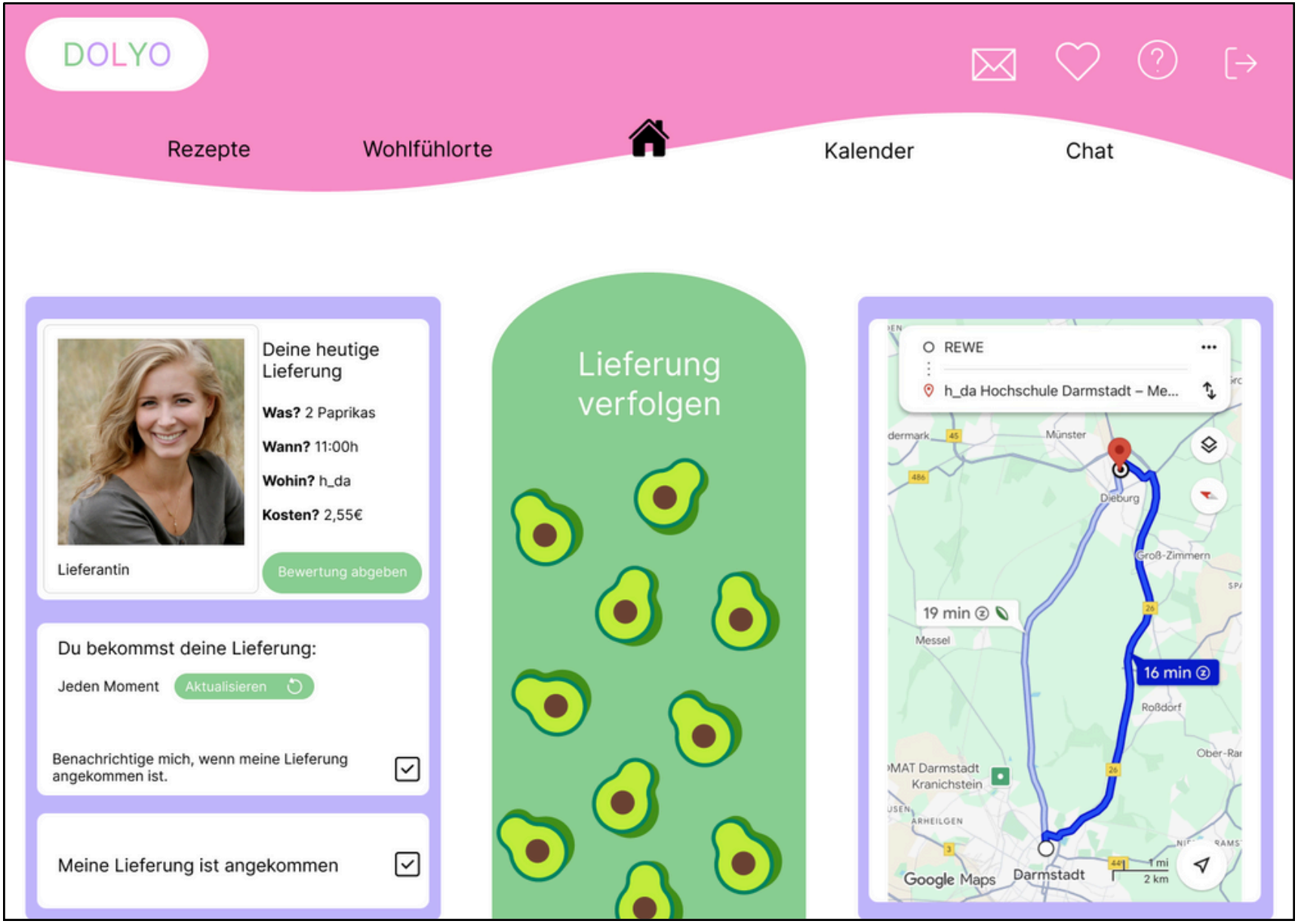


Abbildung 70: Hi-Fi / Lieferung angekommen 2

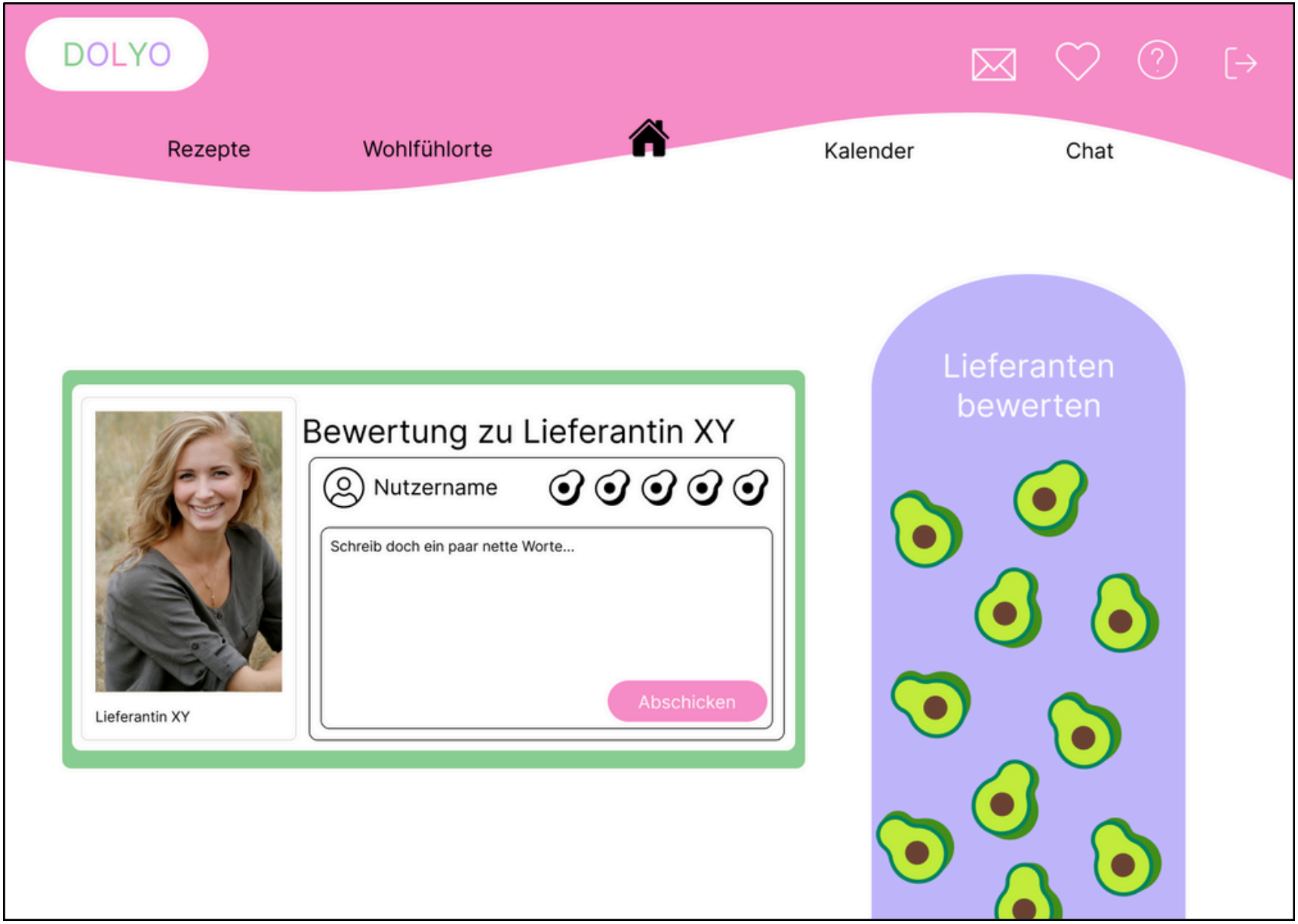


Abbildung 71: Hi-Fi / Lieferant Bewertung

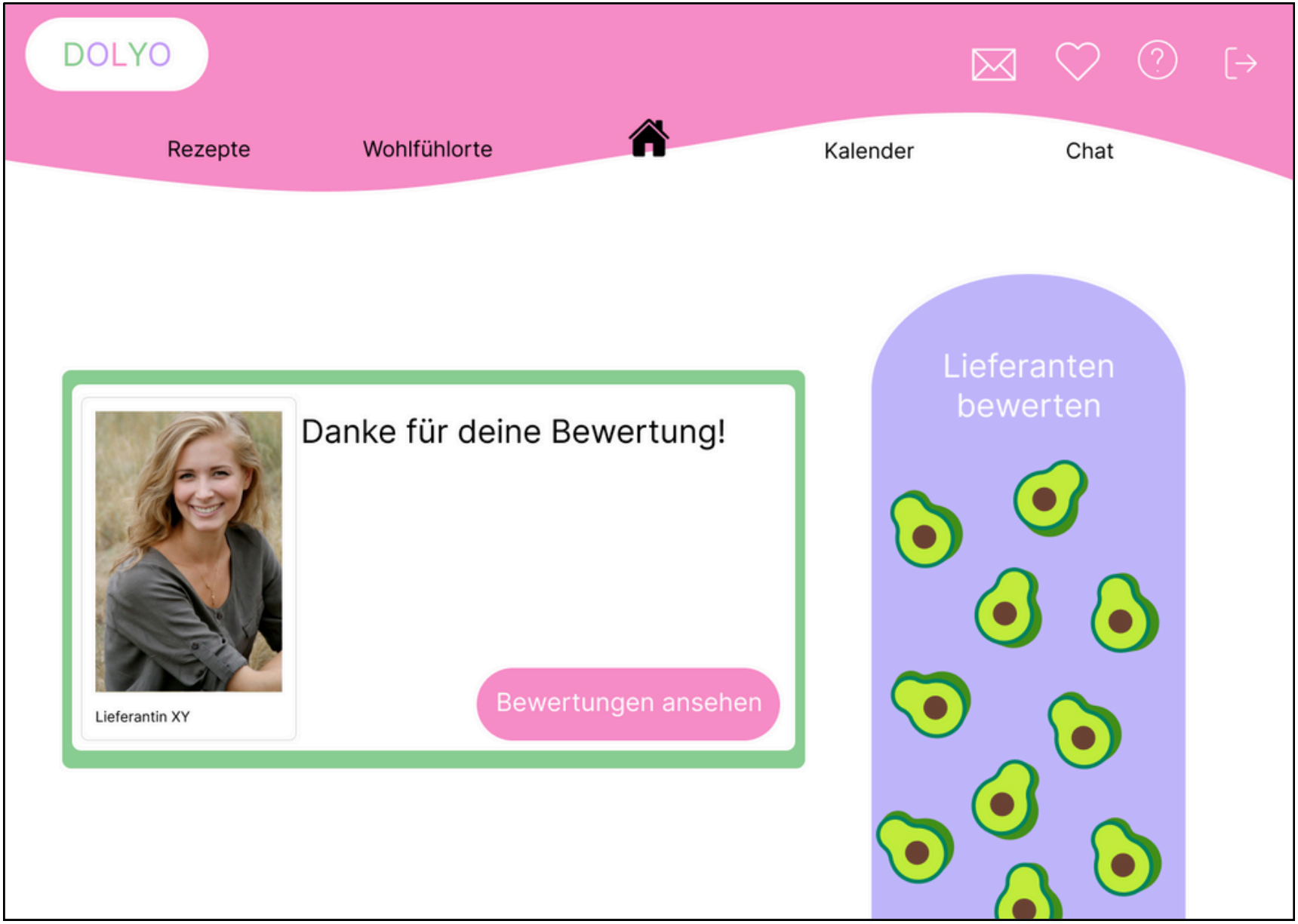


Abbildung 72: Hi-Fi / Lieferant bewerten

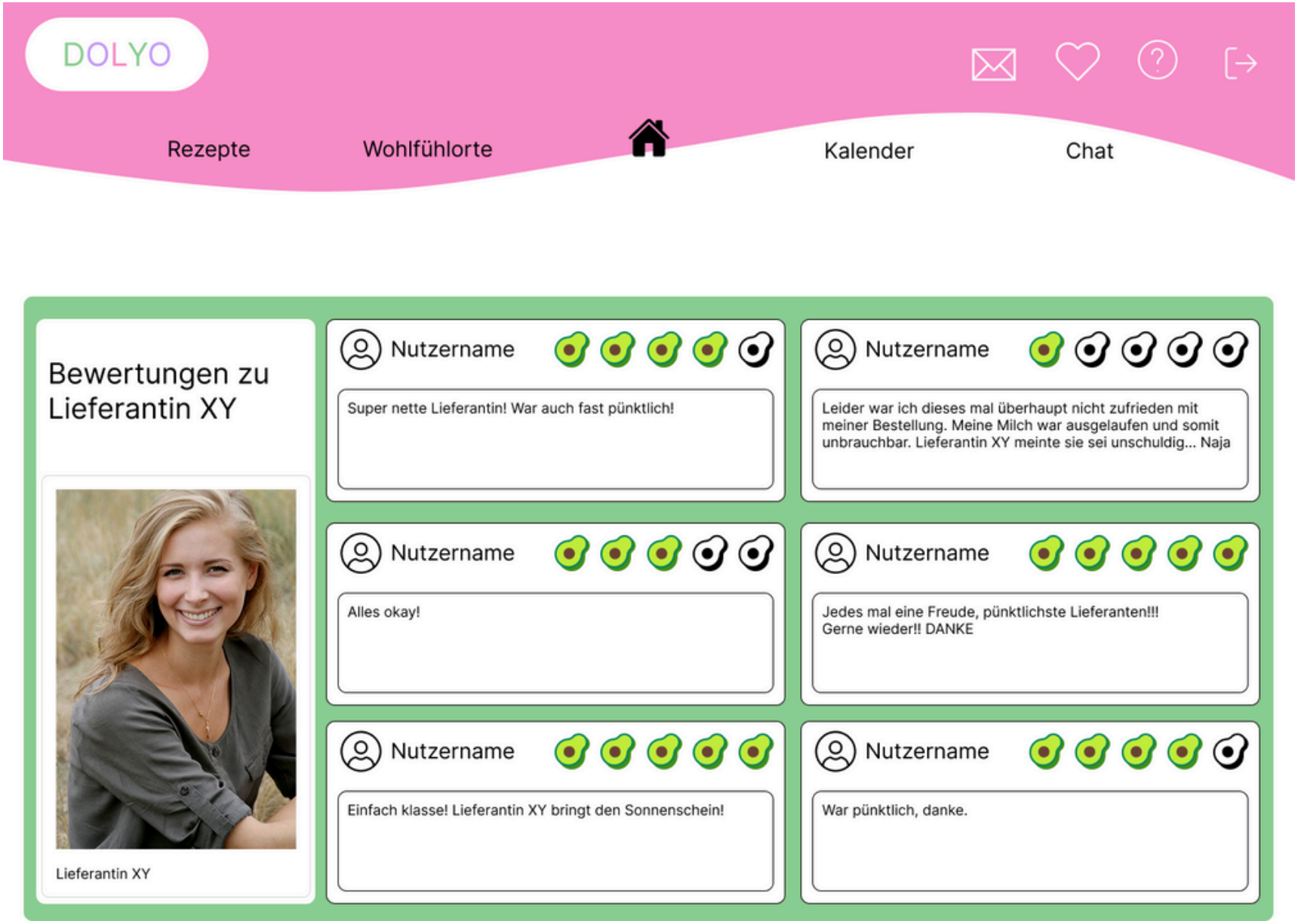


Abbildung 73: Hi-Fi / Lieferant Bewertung

Finale Webanwendung

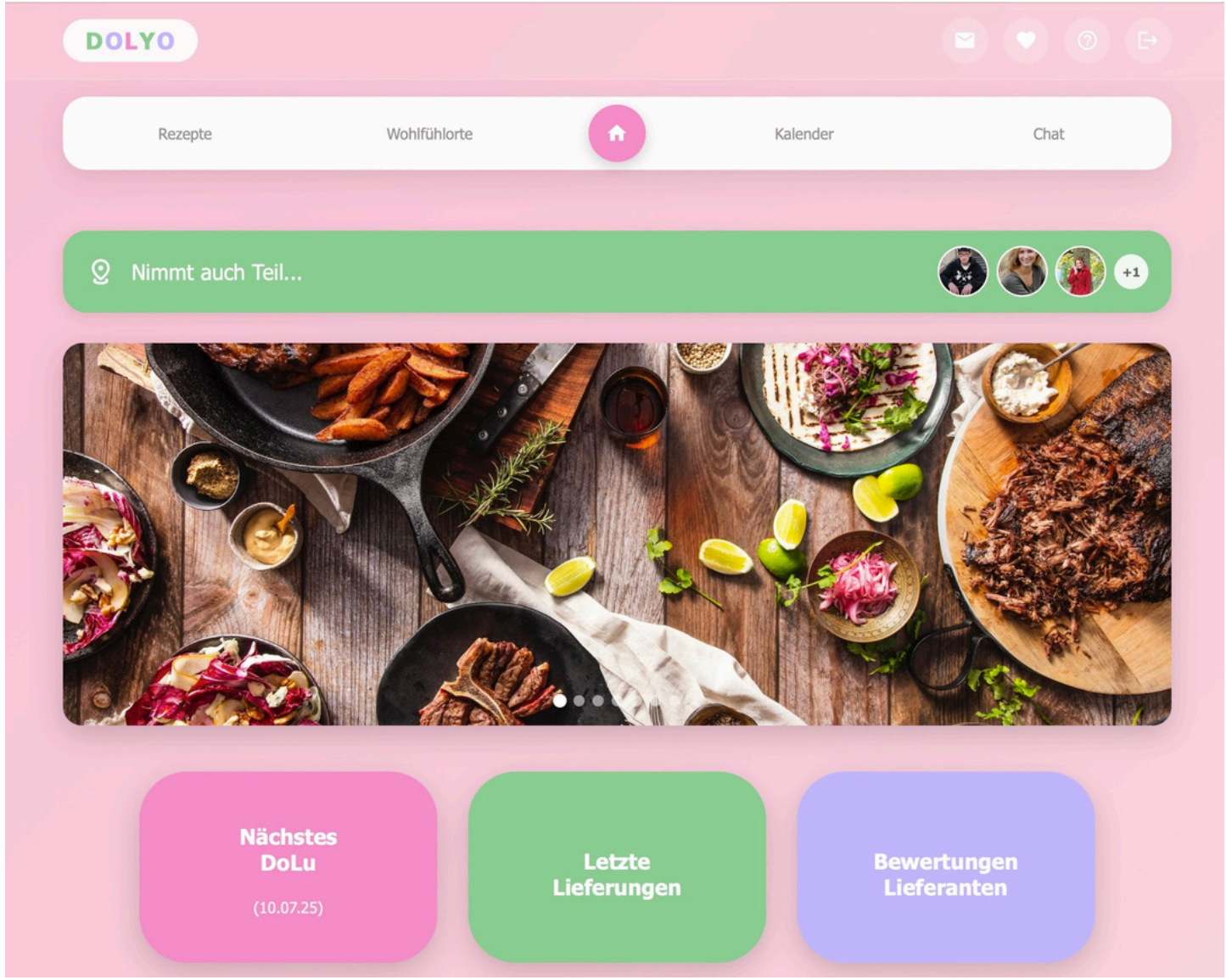


Abbildung 74: Webanwendung / Home-Screen

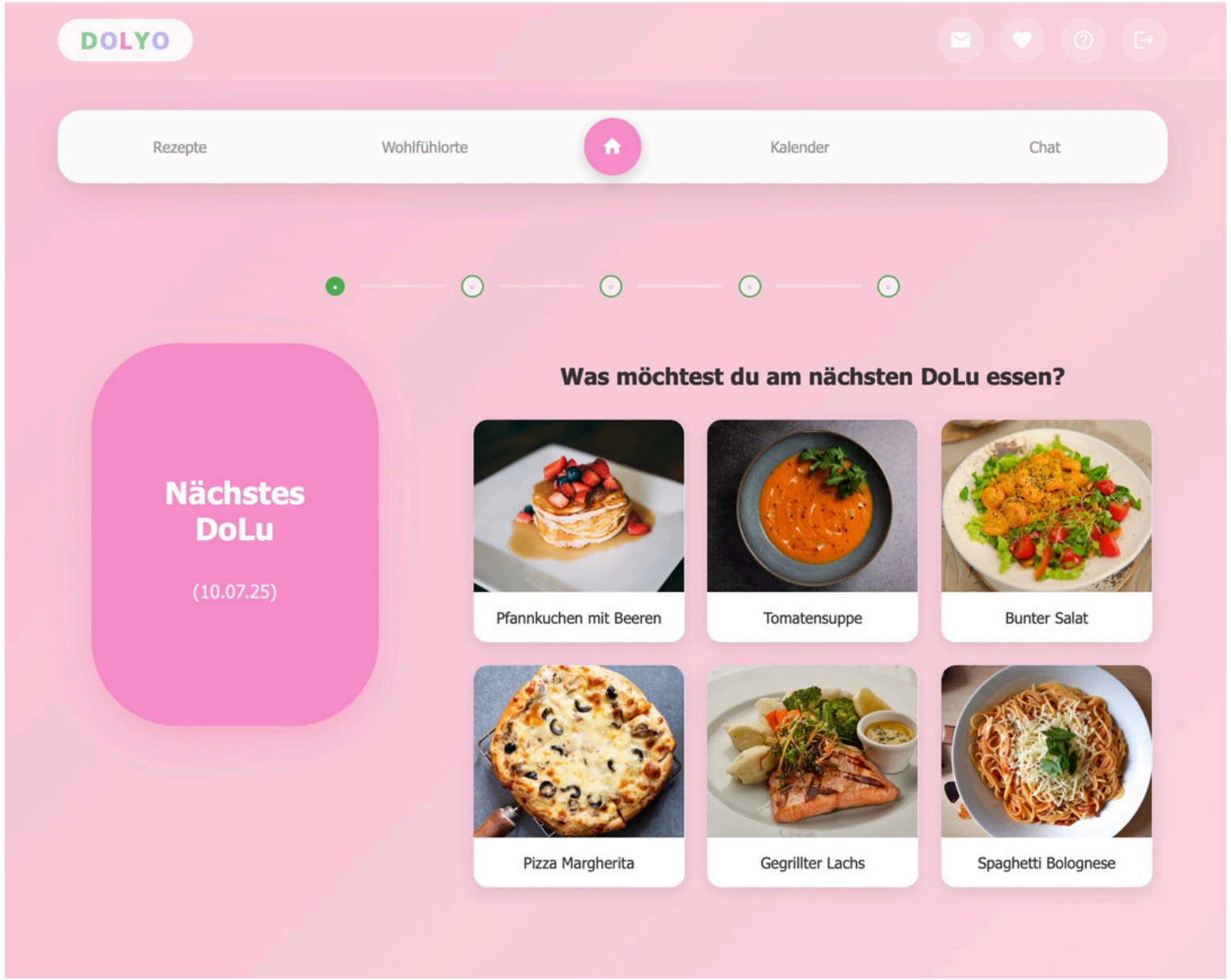


Abbildung 75: Hi-Fi / Rezept für Umfrage abgeben

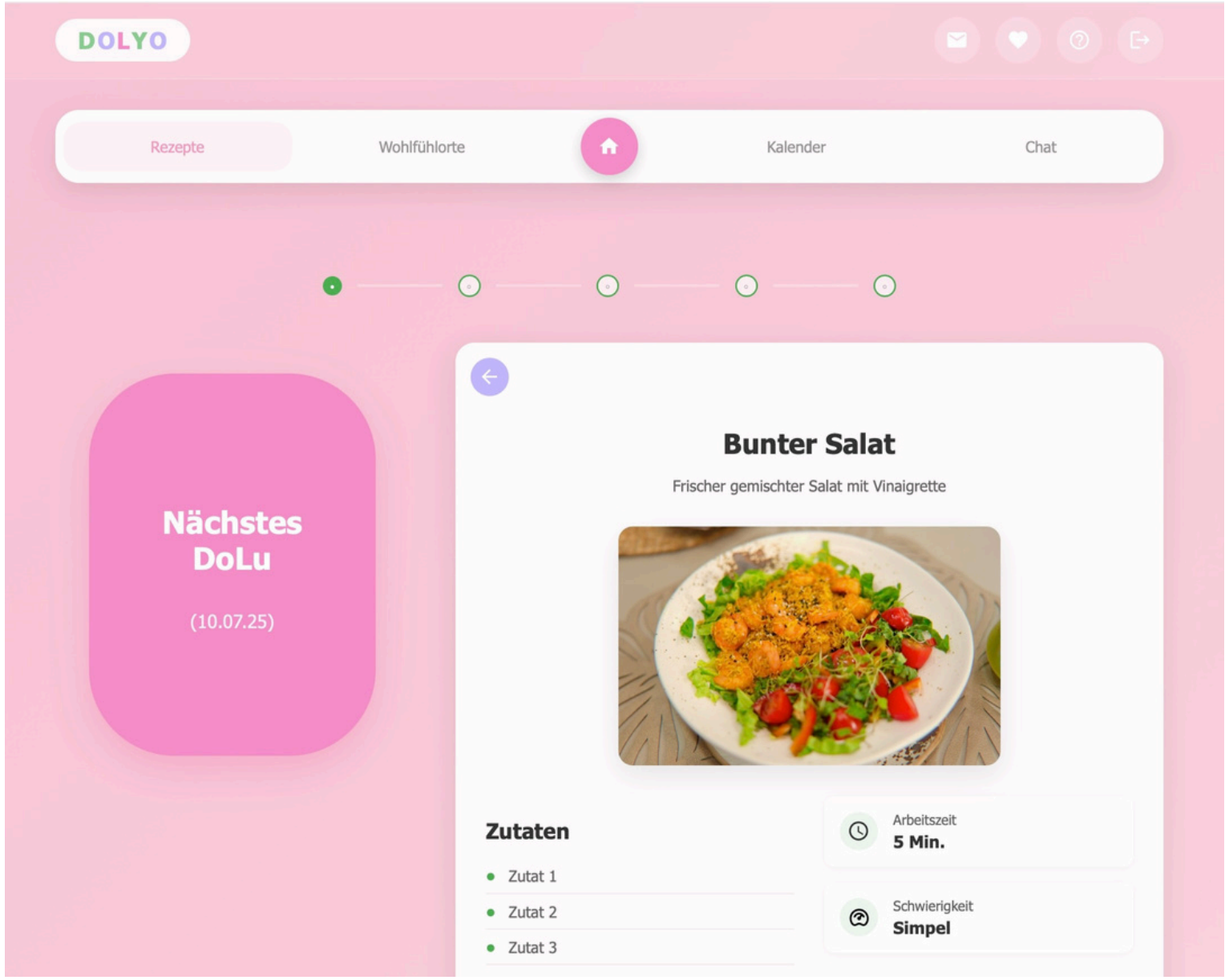


Abbildung 76: Hi-Fi / Rezept Zusammenfassung 1

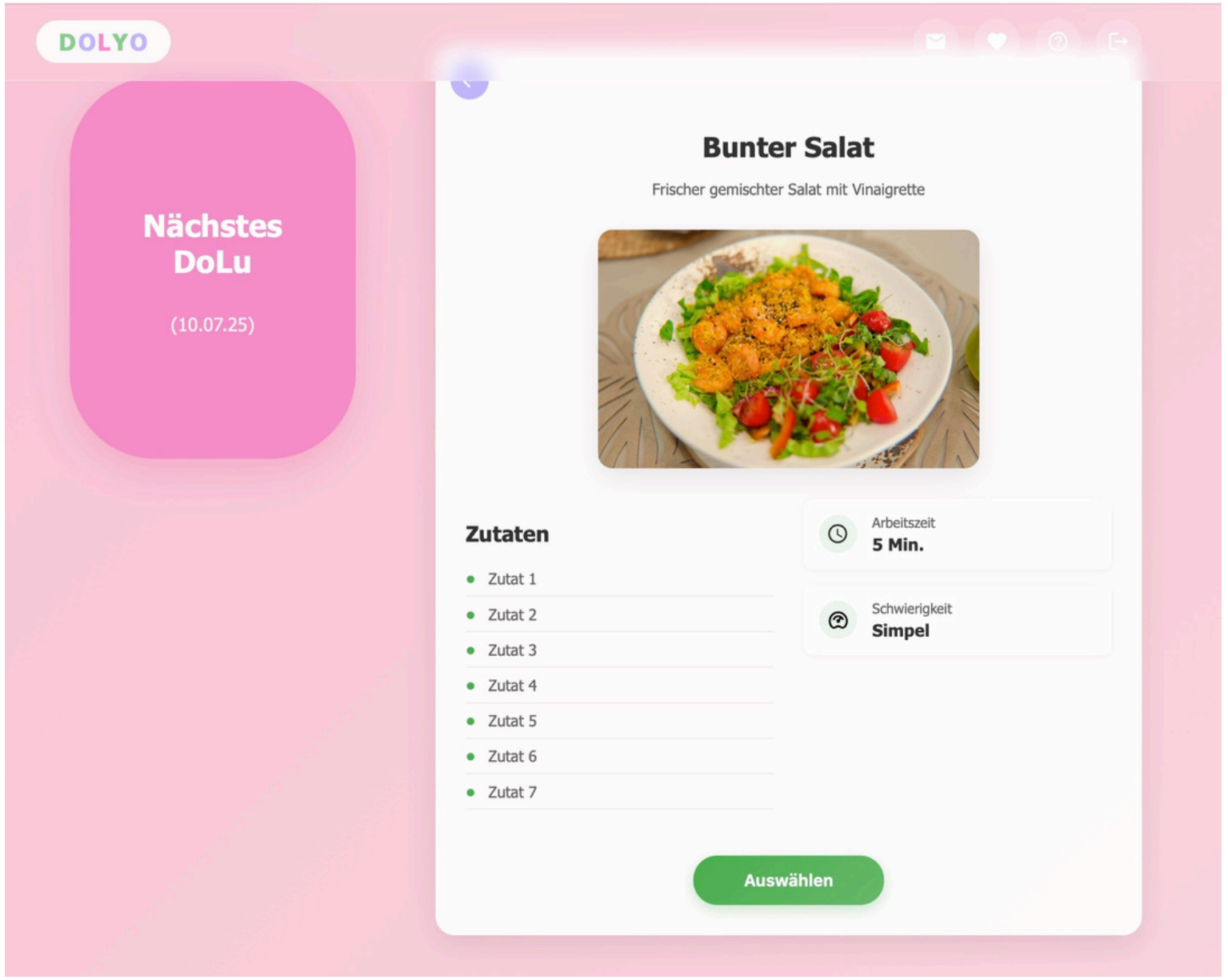


Abbildung 77: Hi-Fi / Rezept Zusammenfassung 2

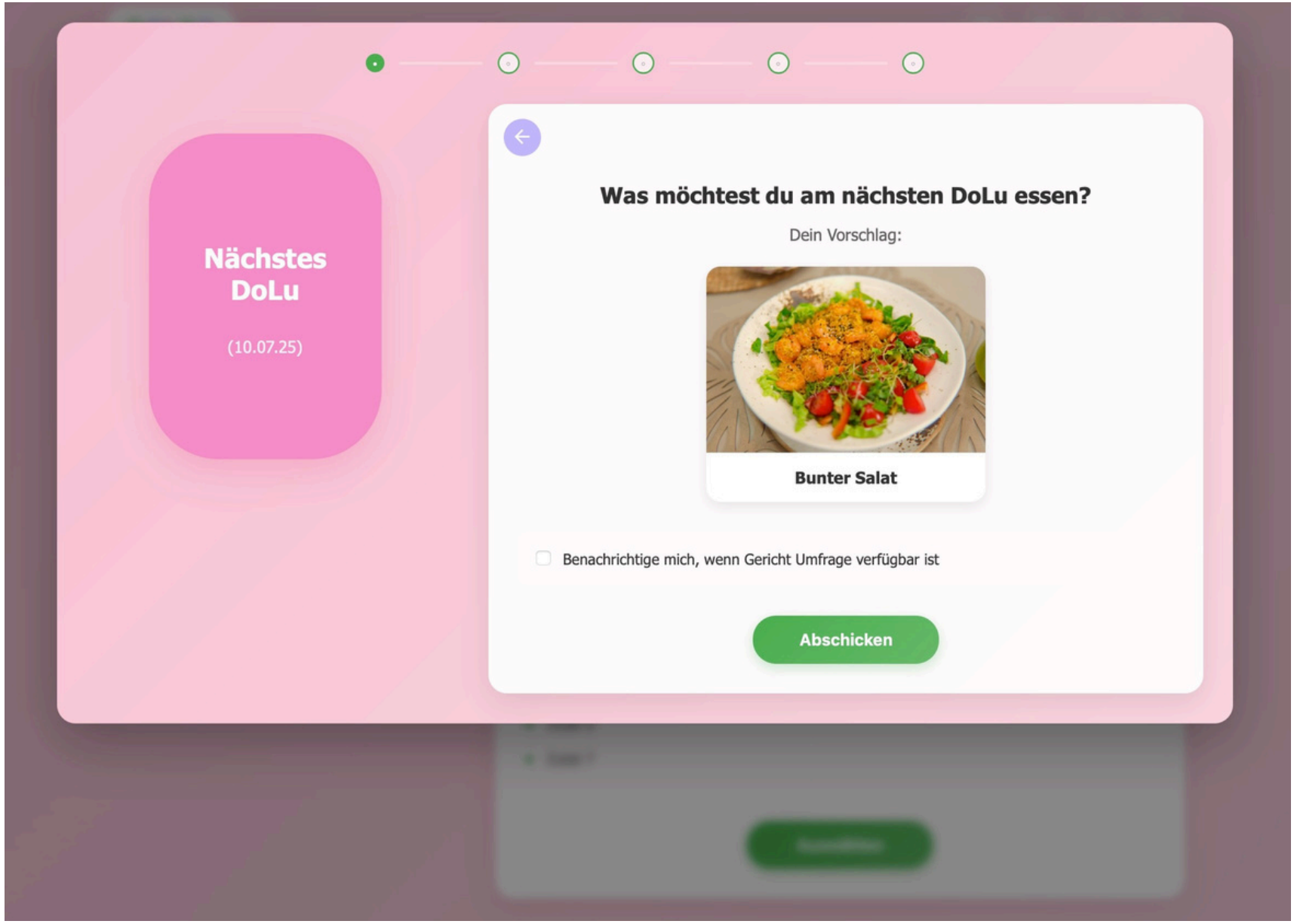


Abbildung 78: Hi-Fi / Rezept Abschicken

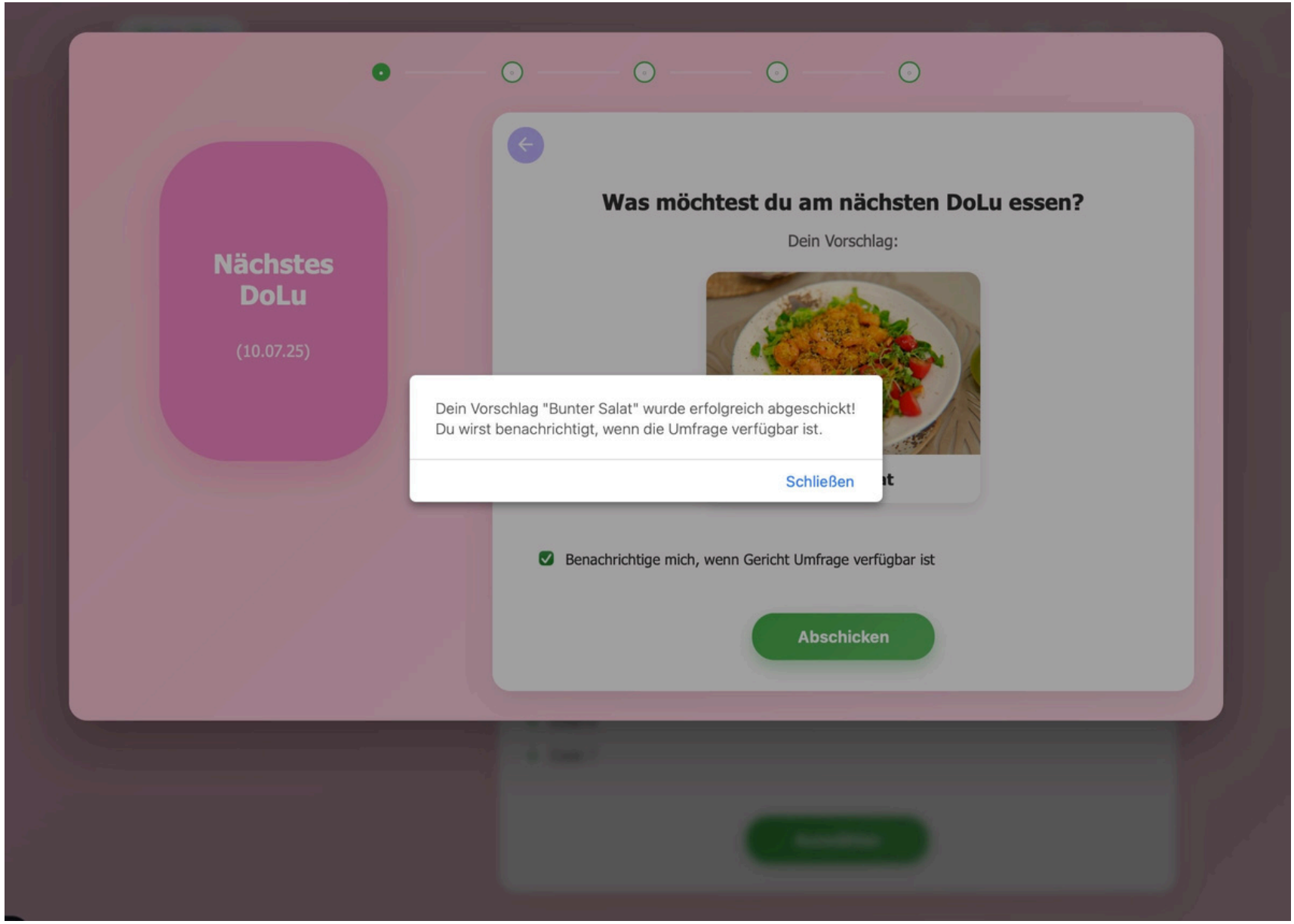


Abbildung 79: Hi-Fi / Rezept erfolgreich abgeschickt

7 Diskussion und Fazit

Während des Projekts haben wir eine nutzerzentrierte Strategie verfolgt, die sich auf qualitative Interviews, Low-Fidelity-Wireframes und iterative Umsetzungsschritte stützte.
Rückblickend hätten einige **Maßnahmen früher** erfolgen sollen, etwa die Durchführung der Interviews parallel zur **technischen Umsetzung** sowie das frühzeitige **Testen neuer Tools**. Besonders hilfreich war die Nutzung eines Trello-Kanban-Boards zur Organisation sowie das Festhalten von Coaching-Recaps, was unseren Arbeitsprozess stark strukturierte. Die Auswertung der Interviews anhand vollständiger Transkripte war allerdings sehr zeitintensiv – beim nächsten Mal würden wir auf Live-Transkripte oder Gedächtnisprotokolle zurückgreifen, um effizienter zu arbeiten.
Einige wichtige **Punkte** blieben **offen**: Ein Touchpoint-Diagramm und ein **Handlungsfluss** vor dem Wireframing hätten uns ein klareres Verständnis für Nutzerwege und potenzielle Reibungspunkte(pain points) gegeben. Auch eine Sitemap sowie Usecase Narrative hätten dabei geholfen, die Informationsarchitektur klarer zu strukturieren. Zudem fehlten **quantitative Usability-Tests** wie Maus-Tracking oder A/B-Tests, die uns frühzeitig Hinweise auf Bedienprobleme oder Optimierungspotenziale gegeben hätten.
Diese Schritte hätten direkt zu klareren Interface-Strukturen, geringerer Fehleranfälligkeit und einer besseren Nutzerführung geführt.
Für die **Weiterentwicklung** des Projekts sehen wir folgende Schritte als sinnvoll an: Zunächst müssen alle restlichen Seiten der Website aus den Wireframes funktional in Code umgesetzt werden, inklusive Dark Mode. Danach sollten verschiedene Usability-Methoden eingesetzt werden – etwa Clickstream-Analysen, heuristische Evaluationen (z. B. Pluralistic Walkthroughs) und standardisierte Fragebögen – um **Feedback** datenbasiert **auszuwerten** und gezielte Anpassungen zu realisieren und schließlich das Nutzererlebnis gezielt zu verbessern. Auch eine differenziertere Analyse innerhalb der Zielgruppe, zum Beispiel mit **Polaritätsprofilen** oder semantischen Differenzialen, würde helfen, unterschiedliche Nutzerbedürfnisse und Nutzungsarten besser zu verstehen.
Zusätzliche Funktionen wie eine Abstimmungsoption zur Terminfindung („Findet der DoLu statt?“) oder die Berücksichtigung von bereits beim Nutzer vorhandenen Zutaten könnten den Service alltagsnäher und kosteneffizienter machen. Perspektivisch wäre auch eine **Integration** in die bestehende Hochschul-Apps zB „h_da campus app“ sinnvoll, um Zugangshürden weiter zu senken.

Nicht zuletzt sollte das Projekt auf technologische und gesellschaftliche Trends und Entwicklungen reagieren, um langfristig relevant zu bleiben. Insgesamt sehen wir in unserem Ansatz eine **solide Grundlage**, die mit den genannten Erweiterungen in eine praxisnahe, nutzerorientierte Lösung überführt werden kann.

8 Quellen a) Literaturverzeichnis

Astro: „Project Structure“, in: Astro Documentation, zuletzt aktualisiert am 08.07.2025, [online] https://docs.astro.build/en/core-concepts/project-structure/ (abgerufen am 08.07.2025).

Figma Inc.: Was ist Figma?, zuletzt aktualisiert am 08.07.2025, [online] https://help.figma.com/hc/en-us/articles/360040514913 (abgerufen am 08.07.2025).

GitHub: „About GitHub“, zuletzt aktualisiert am 08.07.2025, [online] https://docs.github.com/en/get-started/quickstart/about-github (abgerufen am 08.07.2025).

Interaction Design Foundation: Progress Indicators and Steppers – How to Design Them Right, 2021, zuletzt aktualisiert am 09.07.2025, [online] https://www.interaction-design.org/literature/article/progress-indicators-and-steppers-how-to-design-them-right (abgerufen am 09.07.2025).

Microsoft: Visual Studio Code Documentation, zuletzt aktualisiert am 08.07.2025, [online] https://code.visualstudio.com/docs (abgerufen am 08.07.2025).

MdN Web Docs (Mozilla Foundation): border-radius – CSS, zuletzt aktualisiert am 08.07.2025, [online] https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/CSS/border-radius (abgerufen am 08.07.2025).

Preece, Jenny / Rogers, Yvonne / Sharp, Helen: Interaction Design: Beyond Human–Computer Interaction, 4. Aufl., Hoboken: Wiley, 2015.

8 Quellen b) Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Konzeptbau-Kasten (S. 12)
Abbildung 2: Interaktionskonzept (S. 13)
Abbildung 3: Experience-Map (S. 14)
Abbildung 4: Experience-Map mit Erläuterungen (S. 15)
Abbildung 5: Farbschema 1 (S. 15)
Abbildung 6: Farbschema 1 Hexa-Codes (S. 15)
Abbildung 7: Farbschema 2 (S. 16)
Abbildung 8: Farbschema 2 Hexa-Codes (S. 16)
Abbildung 9: Drei Top-rounded rectangles auf Home Seite (S. 17)
Abbildung 10: Top-rounded rectangle Animation nach Klick/Navigation zur nächsten Seite (S. 18)
Abbildung 11: Top-rounded rectangle als Präsentationsfläche (S. 19)
Abbildung 12: Layout und Raster (S. 20)
Abbildung 13: Design System 1 (S. 21)
Abbildung 14: Design System 2 / Eileens Animation (S. 22)
Abbildung 15: Version 1 Layout (S. 23)
Abbildung 16: Version 2 Layout (S. 23)
Abbildung 17: Lo-Fi / Willkommen (S. 26)
Abbildung 18: Lo-Fi / Anmeldung (S. 26)
Abbildung 19: Lo-Fi / Registrierung (S. 26)
Abbildung 20: Lo-Fi / DoLu planen 1 (S. 27)
Abbildung 21: Lo-Fi / DoLu planen 2 (S. 27)
Abbildung 22: Lo-Fi / Lieferung verfolgen 1 (S. 28)
Abbildung 23: Lo-Fi / Benachrichtigungen (S. 28)
Abbildung 24: Lo-Fi / Lieferung verfolgen 2 (S. 28)
Abbildung 25: Lo-Fi / Website Info 1 (S. 29)
Abbildung 26: Lo-Fi / Website Info 2 (S. 29)
Abbildung 27: Lo-Fi / Rezepte (S. 30)
Abbildung 28: Lo-Fi / Rezepte Pop up (S. 30)
Abbildung 29: Lo-Fi / Rezept Detail (S. 31)
Abbildung 30: Lo-Fi / Gemerkte Rezepte (S. 31)
Abbildung 31: Lo-Fi / Wohlfühlorte (S. 32)
Abbildung 32: Lo-Fi / Bewertungen Wohlfühlorte (S. 32)
Abbildung 33: Lo-Fi / Kalender (S. 33)
Abbildung 34: Lo-Fi / Chat (S. 33)
Abbildung 35: Lo-Fi / Komponenten-System (S. 34)
Abbildung 36: Lo-Fi / Ausloggen (S. 34)
Abbildung 37: PPT / Home-Screen (S. 35)
Abbildung 38: PPT / DoLu Datum (S. 36)
Abbildung 39: PPT / Rezept für Umfrage abgeben (S. 37)
Abbildung 40: PPT / Rezept Zusammenfassung (S. 38)
Abbildung 41: PPT / Rezept Abschicken (S. 39)
Abbildung 42: PPT / Benachrichtigung erhalten (S. 40)
Abbildung 43: PPT / Benachrichtigung Umfrage verfügbar (S. 41)
Abbildung 44: PPT / Umfrage (S. 42)

Abbildung 45: PPT / Benachrichtigung Umfrage ausgewertet (S. 43)
Abbildung 46: PPT / Umfrage Ergebnis (S. 44)
Abbildung 47: PPT / Partnermarkt wählen (S. 45)
Abbildung 48: PPT / Lieferort und Lieferzeit wählen (S. 46)
Abbildung 49: PPT / Bestellung abgeschlossen (S. 47)
Abbildung 50: Hi-Fi / Home-Screen (S. 48)
Abbildung 51: Hi-Fi / Home-Screen gehovert (S. 49)
Abbildung 52: Hi-Fi / Rezept für Umfrage abgeben (S. 50)
Abbildung 53: Hi-Fi / Rezept Zusammenfassung (S. 51)
Abbildung 54: Hi-Fi / Rezept Abschicken (S. 52)
Abbildung 55: Hi-Fi / Benachrichtigung erhalten (S. 53)
Abbildung 56: Hi-Fi / Benachrichtigung Umfrage verfügbar (S. 54)
Abbildung 57: Hi-Fi / Umfrage (S. 55)
Abbildung 58: Hi-Fi / Benachrichtigung Umfrage ausgewertet (S. 56)
Abbildung 59: Hi-Fi / Umfrage Ergebnis (S. 57)
Abbildung 60: Hi-Fi / Partnermarkt wählen (S. 58)
Abbildung 61: Hi-Fi / Lieferort und Lieferzeit wählen (S. 59)
Abbildung 62: Hi-Fi / Bestellung abgeschlossen (S. 60)
Abbildung 63: Hi-Fi / Letzte Lieferungen (S. 61)
Abbildung 64: Hi-Fi / Bewertungen Lieferanten (S. 62)
Abbildung 65: Hi-Fi / Home-Screen 2 (S. 63)
Abbildung 66: Hi-Fi / DoLu Übersicht (S. 64)
Abbildung 67: Hi-Fi / Lieferung verfolgen 1 (S. 65)
Abbildung 68: Hi-Fi / Lieferung verfolgen 2 (S. 66)
Abbildung 69: Hi-Fi / Lieferung angekommen 1 (S. 67)
Abbildung 70: Hi-Fi / Lieferung angekommen 2 (S. 68)
Abbildung 71: Hi-Fi / Lieferant bewerten (S. 69)
Abbildung 72: Hi-Fi / Lieferant Bewertung abgeschlossen (S. 70)
Abbildung 73: Hi-Fi / Lieferant Bewertung (S. 71)
Abbildung 74: Webanwendung / Home-Screen (S. 72)
Abbildung 75: Hi-Fi / Rezept für Umfrage abgeben (S. 73)
Abbildung 76: Hi-Fi / Rezept Zusammenfassung 1 (S. 74)
Abbildung 77: Hi-Fi / Rezept Zusammenfassung 2 (S. 75)
Abbildung 78: Hi-Fi / Rezept Abschicken (S. 76)
Abbildung 79: Hi-Fi / Rezept erfolgreich abgeschickt (S. 77)

8 Quellen c) Icons

Atlas Icon Set, erstellt von Vectopus https://www.streamlinehq.com/icons/atlas (zuletzt abgerufen 09.07.25)
(S. 17-21, 23, 48-71)

Feather Icon Set, erstellt von Cole Bemis https://www.streamlinehq.com/icons/feather (zuletzt abgerufen 09.07.25)
(S. 17-21, 23, 48-71)

Iconoir Icon Set, erstellt von Luca Burgio https://www.streamlinehq.com/icons/iconoir (zuletzt abgerufen 09.07.25)
(S. 17-21, 23, 48-71)

Ionic Icon Set, erstellt von Ionic Team https://www.streamlinehq.com/icons/ionicons (zuletzt abgerufen 09.07.25)
(S. 17-21, 23, 48-71)

Simple Design System, erstellt von Figma https://www.figma.com/community/file/1380235722331273046 (zuletzt abgerufen 09.07.25)
(S. 17-21, 23, 48-71)

Google Fonts: Material Symbols and Icons, Google, zuletzt aktualisiert am 26.09.2024, [online] https://fonts.google.com/icons (abgerufen am 09.07.2025).
(S. 82-87)

9 Anhang

Uselab - Interview gestalten 1
12.05.25

Wen interviewen?
Aktuelle Studenten, die bereits an DoLus teilgenommen haben

Themen, über die wir was erfahren wollen?
Bedienung, Gute/Schlechte Erfahrung, Wünsche

Frage-Dramaturgie:
1. Warm-Up, Vorstellung, Kennenlernen
2. Gesamtsituation des Users anhören
3. Positive Aspekte (Motivatoren)
4. Subjektive Probleme? Was am schlimmsten? (Barrieren)
5. Haltung gegenüber Systemen (Persönliches Involment)
6. Was würde besser laufen, wenn die Situation angepasst wird?
7. Gäbe es Nachteile?
8. Was wäre die perfekte Lösung für den Interviewpartner?

Frage-Leitfaden:
1. Wer bist du? Was studierst du? Was ist dein Lieblingsessen? Wie oft kochst du? Wie fühlst du dich dabei?
2. Wie wird bisher DoLu geplant? Wie war die Erfahrung bisher? Wie regelmäßig findet DoLu statt? Und warum?
3. Was gefällt dir am DoLu? Was bleibt dir vom DoLu positiv in Erinnerung? Und warum?
4. Gibt es Probleme? Und warum?
5. Welche (Liefer-)Websiten benutzt du am liebsten? Was ist dir bei der Bedienung einer Website wichtig? Welche Ausstattung hat deine Küche? Hast du spezielle Küchengeräte? Und warum?
6. Welche Möglichkeiten würden sich eröffnen, wenn dein Problem behoben werden? Und warum?
7. Gäbe es negative Aspekte, die dir dazu einfallen? Welche Möglichkeiten könnten wegfallen? Und warum?
8. Was wäre für dich eine Lösung? Und warum?

Uselab - Interview gestalten 2
14.05.25

Wen interviewen?
Aktuelle Studenten, die bereits an DoLus teilgenommen haben

Themen, über die wir was erfahren wollen?
Bedienung, Gute/Schlechte Erfahrung, Wünsche

Frage-Dramaturgie:
1. Warm-Up, Vorstellung, Kennenlernen
2. Gesamtsituation des Users anhören
3. "
4. "
5. Haltung gegenüber Systemen (Persönliches Involment)
6. Gesamtsituation DoLu bisher
7. Positive Aspekte (Motivatoren)
8. Subjektive Probleme? Was am schlimmsten? (Barrieren)
9. Was wäre die perfekte Lösung für den Interviewpartner?

Frage-Leitfaden:
1. Was studierst du? Wohnst du bei deinen Eltern oder alleine? Hast du ein Auto zur Verfügung?
2. Wie oft gehst du einkaufen? Auf was achtest du (zB. Preise, Budget, Zeit, Transport)?
3. Was ist dein Lieblingsessen? Wie oft kochst du? Wie fühlst du dich dabei? Wann kochst du gerne?
4. Welche Ausstattung hat deine Küche? Hast du spezielle Küchengeräte?
5. Welche (Liefer-)Websiten benutzt du am liebsten? Was ist dir bei der Bedienung einer Website wichtig?
6. Wie wird bisher DoLu geplant? Wie regelmäßig findet DoLu statt? Sollte es öfter oder seltener stattfinden?
7. Wie war die Erfahrung bisher? Was gefällt dir am DoLu? Was bleibt dir vom DoLu positiv in Erinnerung? Und warum?
8. Gibt es Probleme? Und warum?
9. Was wäre für dich eine Lösung der Probleme?

Auswertung - Interview 1

Idee:	Zielgruppe:	Ziel des Interviews:
Wir möchten Menschen die Teilnahme an einem DoLu erleichtern.	Student*innen	Herausfinden, wie die Nutzer*innen allgemein zum Kochen stehen und welche Barrieren es bzgl DoLu zu überwinden gibt.

- **Aussage erfassen:** *Wie fühlst du dich beim Kochen?* "Schon overwhelmed manchmal, weil ich eigentlich geschafft bin und nicht mehr die Energie hab. Aber wenns eh zu spät geworden ist, weil ich vorher produktiv sein musste oder so und dann aber noch kochen muss... ist nicht das aller coolste Gefühl, aber bin dann meistens immer stolz drauf, wenn ich dann fertig geworden bin und es wurde auch lecker. Dann wars das wert." *Und wie ist es, wenn du viel Zeit hast zum Kochen?* "Dann find ichs entspannt, dann koche ich gerne."
- **Paraphrase bilden:** An sich kocht der Befragte gerne, allerdings nur wenn man nicht unter Zeitdruck steht und man noch genug Energie dazu hat.
- **Code:** Zeit(stress)
- **Kategorien bilden:** Kochen
- **Erkenntnis:** Man sollte eine entspannte Atmosphäre ohne Zeitdruck schaffen.

- **Aussage erfassen:** *Wie war deine Erfahrung bisher mit DoLu?* "(...) Ich hatte manchmal Probleme damit die Sachen tatsächlich auch vorzubereiten und einzukaufen. Ich hab das einfach vergessen, weil sich das noch nicht etabliert hatte, als Gewohnheit für mich." *Findest du es gab Probleme generell?* "Manchmal war die Organisation von dem was wir mitbringen bisschen chaotisch. Also viele Leute haben nicht besonders früh reingeschrieben was (sie mitbringen wollen). Wir waren bei den Mengen sehr unerfahren. Und niemand hatte Schüsseln dabei um Reste mitzunehmen."
- **Paraphrase bilden:** Es gab Probleme in der Organisation, der Beschaffung der Lebensmittel und bei dem Mitnehmen der Reste.
- **Code:** Erinnerung bekommen, chaotische Organisation
- **Kategorien bilden:** Erfahrungen mit DoLu
- **Erkenntnis:** Die Besorgung der Lebensmittel geriet in Vergessenheit, daher sollte man einen Reminder bekommen. Außerdem sollte das System, die Student*innen nicht nur erinnern, sondern auch die Mengen berücksichtigen bzw vorschlagen.

- **Aussage erfassen:** *Was war rückwirkend der Hauptgrund, warum die DoLus nicht mehr stattgefunden haben?* "Ich glaub das war Stress bei allen und dass die DoLus grad mit Arbeit verbunden sind." *Was wäre da ne mögliche Problemlösung?* "Weniger Organisationsarbeit bei uns, weniger Arbeit bei uns. Wirklich nur das Genießen und Ankommen, das Essen und Spaß haben."
- **Paraphrase bilden:** Der Hauptgrund wieso die DoLus nicht mehr stattgefunden haben ist, dass es für alle Teilnehmenden zu stressig wurde und eine mögliche Lösung wäre, dass die Teilnehmenden sich nicht mehr so sehr um die Organisation kümmern müssen wie bisher.
- **Code:** Zeitstress, chaotische Organisation
- **Kategorien bilden:** Probleme bei DoLu
- **Erkenntnis:** DoLus waren bisher mit Stress & Arbeit verbunden -> Ziel. Unbeschwertheit, Tolle Erkenntis des Interviewten: "Weniger Organisationsarbeit bei uns, weniger Arbeit bei uns. Wirklich nur das Genießen und Ankommen, das Essen und Spaß haben."

Auswertung - Interview 2 (1/2)

Idee:	Zielgruppe:	Ziel des Interviews:
Wir möchten Menschen die Teilnahme an einem DoLu erleichtern.	Student*innen	Herausfinden, wie die Nutzer*innen allgemein zum Einkaufen & Kochen stehen und welche Barrieren es bzgl DoLu zu überwinden gibt.

- **Aussage erfassen:** *Wie oft gehst du denn einkaufen?* "Also ich gehe wahrscheinlich so zweimal die Woche Kleinigkeiten besorgen und vielleicht ein bis zweimal im Monat einen sehr großen Einkauf mit im Auto dann." *Und auf was achtest du beim Einkaufen?* "Ich versuchte darauf zu achten, dass die Lebensmittel eine gute Qualität haben. (...) " *Achtest du auch viel auf die Preise und dein Budget?* "Ja, also als Student habe ich ja nicht so ultra viel zur Verfügung. (...)" *Hast du denn viel Zeit zum Einkaufen?* "Also ich hab alles relativ nah muss ich sagen, von daher wenn ich nur mal eben was für den Tag zum einkaufen brauche zum Kochen, dann geh ich vielleicht mal 5-10 Minuten in den Shop nebenan. (...) Ansonsten Großeinkauf plan ich schon, so dass ich ein bis zwei Stunden Zeit habe, dass ich mir Zeit nehmen kann auch Sachen zu vergleichen."
- **Paraphrase bilden:** Der Befragte achtet beim Einkaufen bewusst auf Qualität und den Preis, hat auch nur ein begrenztes Budget. Für einen Großeinkauf wird mehr Zeit eingeplant, als für die Besogung von Kleinigkeiten.
- **Code:** Preis
- **Kategorien bilden:** Einkaufen
- **Erkenntnis:** Die angebotenen Produkte sollten vom Preis & der Qualität ansprechen.

- **Aussage erfassen:** *Wie fühlst du dich beim Kochen? Kochst du gerne?* "Wenn mein Haushalt halbwegs ordentlich ist, dann koche ich sie sehr sehr gerne, ja und wenn ich die Lebensmittel da hab. Was mich nervt ist, wenn ich dann beim Kochen feststelle, dass mir wieder irgendwas fehlt oder so und dann hab ich auch nicht so Lust aufs kochen." *Also wann genau kochst du gerne?* "Wenn ich weiß, dass ich Zeit habe und die Lebensmittel da sind. Wenn ich zum Beispiel schon Hunger habe und ich weiß ich muss erst noch einkaufen dann hab ich überhaupt keine Lust drauf "
- **Paraphrase bilden:** Der Befragte kocht sehr gerne, wenn er alle benötigten Lebensmittel zur Verfügung hat.
- **Code:** Zeit
- **Kategorien bilden:** Kochen
- **Erkenntnis:** Alle benötigten Lebensmittel sollten am Tag vom DoLu rechtzeitig geliefert worden sein, damit die Stimmung nicht kippt.

- **Aussage erfassen:** *Welche (Lebensmittel-) Lieferwebsiten benutzt du am liebsten?* "Picknick benutz ich bei uns sehr gerne. Also ich kenne die halt von uns aus Heidelberg, dass die da oft rumfahren und ja die App finde ich super." *Was gefällt dir daran so gut?* "Die App an sich ist intuitiv zu benutzen, also es ist einfach sich mit dem Handy kurz dann neben mein Freund zu setzen (...). Man kann da auch nach Rezepten bestellen, also ich kann, man kann einen Wochenplan erstellen und dann gehe ich den sehr gerne durch, sag: hey (...), hast du Lust auf Gericht XY? Dann sagt er ja oder nein und dann macht man nur die Gerichte rein und dann sind alle Zutaten schon im Einkaufskorb. Das ist das einzige, was mich dann ein bisschen nervt an der App, weil ich im Nachhinein dann natürlich noch gucken muss was von den einzelnen Zutaten hab ich denn schon da. Beziehungsweise wenn ich mehrere Gerichte reinmache, dann sind da ja vielleicht gleiche Produkte drin die muss man dann auch halt von der Menge hergucken, dass man da nicht viel zu viel kauft oder der schlägt mir nicht immer das billigste Produkt vor oder auch dann, wenn ich zum Beispiel bei Fleisch gerne Bio hätte macht er mir nicht automatisch Biofleisch rein, dann muss man das noch austauschen. Das ist das Einzige, was ich daran unhandlich finde, aber grundsätzlich das nach Gerichten einkaufen in der App finde ich sehr praktisch."
- **Paraphrase bilden:** Der Befragte benutzt gerne die App Picknick; findet viele Funktionen sehr praktisch, hat allerdings auch ein Paar Dinge dara auszusetzen.
- **Code:** Praktisch, Convinience
- **Kategorien bilden:** Erfahrung mit Lieferwebsiten
- **Erkenntnis:** Es sollten Funktionen enthalten sein, wie nach Rezepten bestellen, Wochenplan erstellen. Was an unserem System besser sein sollte als bei den Konkurrenten: Vorher gefragt werden welche Lebensmitel man schon zuhause hat & gar nicht bestellt werden müssen. Man sollte voher die Preisspanne einstellen könnte, oder die Lebensmittel sollten nach Preis sortiert sein. Ähnlich sollte man auswählen können ob man zB Bioprodukte bevorzugt.

Auswertung - Interview 2 (2/2)

- **Aussage erfassen:** *Wie regelmäßig hat das (DoLu) immer stattgefunden?* "Letzes Semester eigentlich schon fast jede Woche; wenn es dann Ausnahmen gab, wo dann zum Beispiel der eine Kurs nicht da war oder was ausgefallen ist, dann haben wir das über WhatsApp halt geklärt. Aber sonst hat das eigentlich jede Woche stattgefunden. Dieses Semester noch überhaupt nicht." *Findest du denn generell das sollte öfter stattfinden oder eher sogar seltener?* "Ne, also ich finde einmal die Woche schon maximal. Also ich fand das letztes Semester schön, weil wir auch die Zeit hatten sag ich mal das auch einzukaufen.Ich mein das ist ja dann immer nur eine Zutat gewesen von daher war das jetzt nicht so der Stress aber ich weiß nicht. Also dieses Semester finde ich es jetzt gerade auch nicht so schlimm, dass wir es nicht jede Woche machen. Ich hätte kein Problem damit, wenn wir es nur einmal oder zweimal im Monat machen. Also öfter als einmal in der Woche würde ich es nicht wollen." *Dann kannst du gern noch bisschen über deine Erfahrung berichten, was dir so gut gefallen hat vor allem am DoLu, was dir so ein bisschen positiv in Erinnerung geblieben ist.* "Also was mir gut gefallen hat, ist natürlich generell mit den Leuten zusammenzukommen beim DoLu, auch die Dozierenden sind ja zum Teil dann dabei gewesen beim Essen. Man konnte sich unterhalten, so auf Augenhöhe finde ich sehr schön und als Erstsemester kam man mit den höheren Semestern ein bisschen mehr in Kontakt, weil sie das natürlich auch so ins Leben gerufen haben und da auf uns zukamen. Ansonsten fand ich es eigentlich wirklich fast jedes mal super lecker, weil wirklich tolle Sachen mitgebracht wurden und ich fand es auch sehr inspirierend. (...)"

- **Paraphrase bilden:** Der Befragte nimmt gerne am wöchentlichen DoLu teil. Er mag besonders den Austausch mit Kommiliton*innen und Dozent*innen.

- **Code:** Spaß

- **Kategorien bilden:** Erfahrungen mit DoLu

- **Erkenntnis:** Es sollte eine Option geben, vllt wo man abstimmen kann, ob diese Woche das DoLu überhaupt stattfinen soll oder evtl ein Kurs gar nicht kann.

- **Aussage erfassen:** *Das sind ja sehr viele positive Erinnerungen. Gab es aber allerdings auch Probleme?* "Ja, also über Moodle bekommt man ja jetzt nicht eine Erinnerung wenn dieser Termin ansteht und ich bin da ein bisschen durch den Wind gewesen manchmal. Man hatte mehr als einmal die Situation, dass mir dann donnerstags aufgefallen ist morgens, dass ich dieses Produkt noch nicht eingekauft habe und dann bin ich halt noch schnell vor der Uni - da hatte ich ja das Glück, dass der Rewe bei mir ums Eck ist - und dann bin ich halt noch schnell dieses Produkt einkaufen gegangen. Aber ich sag mal so, würde ich mehr ab vom Schuss wohnen, dann wäre es vielleicht doch schon so gekommen, dass ich dann mein Beitrag halt einfach vergessen hätte." *Würde dir da jetzt so ganz spontan eine Lösung zu dem Problem einfallen, das du jetzt genannt hast?* "Ja, also wenn man jetzt in Moodle einstellen könnte, erinner mich nochmal zwei Tage vorher dran, dass ich das einkaufe, dass ich noch mal ne Message kriege. Es ist einfach ein Schritt weniger als mir das selber in den Kalender einzutragen sozusagen."

- **Paraphrase bilden:** Er hatte besonders Probleme damit den Einkauf der Lebensmittel für den DoLu nicht zu vergessen, würde aber als Problemlösung eine systemintegrierte Erinnerung für den Einkauf vorschlagen.

- **Code:** Convinience, Erinnerung bekommen

- **Kategorien bilden:** Probleme mit DoLu

- **Erkenntnis:** Die Besorgung der Lebensmittel geriet in Vergessenheit, daher sollte man vom System einen Reminder bekommen.

h_da hochschule darmstadt fachbereich media

member of EUT+ EUROPEAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

Einverständniserklärung

Vielen Dank, dass Sie an diesem Usability-Test teilnehmen!

1. Gegenstand der Datenerhebung

Wir untersuchen eine Bedienoberfläche eines **Interviews** um **es** für Anwender noch ansprechender und besser nutzbar zu machen. Wir möchten mit Ihrer Hilfe herausfinden, was schon gut verstanden wird und wo die Benutzungs-oberfläche noch verbessert werden muss.

Alle Informationen, die Ihnen heute im Rahmen dieses Usability-Tests zugänglich gemacht werden, müssen von Ihnen vertraulich behandelt und dürfen nicht an Dritte weitergegeben werden.

Wir zeichnen den Usability-Test per Video-, Blickverlaufsmessung und Audio-Aufnahme als Analyse-Material und zur Anfertigung unseres Usability-Berichts auf.

Die gewonnenen anonymisierten Daten, sowie das personenbezogene Bild- und Tonmaterial werden nach der Auswertung ausschließlich an den Auftraggeber | **hda** dieser Untersuchung weitergegeben und gehen in dessen Besitz über.
Der Auftraggeber | **hda** wird die Daten zu internen Zwecken, wie z.B. der Verbesserung des Produkts DOLYO verwenden. Ihre persönlichen Daten werden von uns nur soweit erhoben, als sie zur Organisation und Auswertung der Untersuchung notwendig sind. Sie können den Usability-Test zu jedem beliebigen Zeitpunkt unterbrechen oder auch abbrechen.

Die mit dieser Studie erhobenen Daten werden bei der Hochschule, Darmstadt gespeichert und nach Ablauf der gesetzlichen Frist (10 Jahre für Forschungsdaten) gelöscht. Diese Einverständniserklärung wird getrennt von den anderen Versuchsmaterialien und Unterlagen aufbewahrt und nach Ablauf dieser Frist vernichtet

2. Information über meine Rechte

Verantwortliche Stelle für die Datenerhebung ist die Hochschule, Darmstadt. Die Hochschule Darmstadt hält sich an die Vorgaben der (EU-Datenschutzgrundverordnung („DSGVO") und des Hessischen Gesetzes für Datenschutz und Informationsfreiheit („HDSIG") sowie an die anerkannten ethischen Standards der wissenschaftlichen Forschung. Rechtsgrundlage der Datenerhebung ist Art. 6 I a) DSGVO (Einwilligung).

Gegenüber der Hochschule Darmstadt besteht ein Recht auf **Auskunft** über Ihre personenbezogenen Daten, ferner haben Sie ein Recht auf **Berichtigung**, **Löschung** oder **Einschränkung**, ein **Widerspruchsrecht** gegen die Verarbeitung und ein Recht auf **Datenübertragbarkeit**. Zudem steht Ihnen ein **Beschwerderecht** bei der Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Hessen zu. Weitere Informationen finden Sie unter www.h-da.de/datenschutz.

h_da hochschule darmstadt fachbereich media

member of EUT+ EUROPEAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

3. Einwilligungserklärung

Hiermit willige ich in die unter 1. geschilderte Datenverarbeitung ein. Diese Einwilligung ist freiwillig und kann für die Zukunft jederzeit per Mail an uselab.fbmd@h-da.de widerrufen werden. Durch den Widerruf der Einwilligung wird die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt. Soweit die Einwilligung nicht widerrufen wird, gilt sie für die Dauer des Zwecks der Verarbeitung.

12.05.25 — Datum

Unterschrift Testteilnehmer/in

yacintha Tneato

Bitte Ihren Namen in Druckbuchstaben schreiben

h_da hochschule darmstadt fachbereich media

member of EUT+ EUROPEAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

3. Einwilligungserklärung

Hiermit willige ich in die unter 1. geschilderte Datenverarbeitung ein. Diese Einwilligung ist freiwillig und kann für die Zukunft jederzeit per Mail an uselab.fbmd@h-da.de widerrufen werden. Durch den Widerruf der Einwilligung wird die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt. Soweit die Einwilligung nicht widerrufen wird, gilt sie für die Dauer des Zwecks der Verarbeitung.

12.05.25 — Datum

Unterschrift Testteilnehmer/in

Lilith Wirsing

Bitte Ihren Namen in Druckbuchstaben schreiben

h_da hochschule darmstadt fachbereich media / member of EUT+ EUROPEAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

Einverständniserklärung

Vielen Dank, dass Sie an diesem Usability-Test teilnehmen!

1. Gegenstand der Datenerhebung

Wir untersuchen eine Bedienoberfläche eines Paper Prototype Testes um ihn für Anwender noch ansprechender und besser nutzbar zu machen. Wir möchten mit Ihrer Hilfe herausfinden, was schon gut verstanden wird und wo die Benutzungs-oberfläche noch verbessert werden muss.

Alle Informationen, die Ihnen heute im Rahmen dieses Usability-Tests zugänglich gemacht werden, müssen von Ihnen vertraulich behandelt und dürfen nicht an Dritte weitergegeben werden.

Wir zeichnen den Usability-Test per Video-, Blickverlaufsmessung und Audio-Aufnahme als Analyse-Material und zur Anfertigung unseres Usability-Berichts auf.

Die gewonnenen anonymisierten Daten, sowie das personenbezogene Bild- und Tonmaterial werden nach der Auswertung ausschließlich an den Auftraggeber | hda dieser Untersuchung weitergegeben und gehen in dessen Besitz über.
Der Auftraggeber | hda wird die Daten zu internen Zwecken, wie z.B. der Verbesserung des Produkts DOLYO verwenden. Ihre persönlichen Daten werden von uns nur soweit erhoben, als sie zur Organisation und Auswertung der Untersuchung notwendig sind. Sie können den Usability-Test zu jedem beliebigen Zeitpunkt unterbrechen oder auch abbrechen.

Die mit dieser Studie erhobenen Daten werden bei der Hochschule, Darmstadt gespeichert und nach Ablauf der gesetzlichen Frist (10 Jahre für Forschungsdaten) gelöscht. Diese Einverständniserklärung wird getrennt von den anderen Versuchsmaterialien und Unterlagen aufbewahrt und nach Ablauf dieser Frist vernichtet

2. Information über meine Rechte

Verantwortliche Stelle für die Datenerhebung ist die Hochschule, Darmstadt. Die Hochschule Darmstadt hält sich an die Vorgaben der (EU-Datenschutzgrundverordnung („DSGVO") und des Hessischen Gesetzes für Datenschutz und Informationsfreiheit („HDSIG") sowie an die anerkannten ethischen Standards der wissenschaftlichen Forschung. Rechtsgrundlage der Datenerhebung ist Art. 6 I a) DSGVO (Einwilligung).

Gegenüber der Hochschule Darmstadt besteht ein Recht auf **Auskunft** über Ihre personenbezogenen Daten, ferner haben Sie ein Recht auf **Berichtigung**, **Löschung** oder **Einschränkung**, ein **Widerspruchsrecht** gegen die Verarbeitung und ein Recht auf **Datenübertragbarkeit**. Zudem steht Ihnen ein **Beschwerderecht** bei der Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Hessen zu. Weitere Informationen finden Sie unter www.h-da.de/datenschutz.

h_da hochschule darmstadt fachbereich media

3. Einwilligungserklärung

Hiermit willige ich in die unter 1. geschilderte Datenverarbeitung ein. Diese Einwilligung ist freiwillig und kann für die Zukunft jederzeit per Mail an uselab.fbmd@h-da.de widerrufen werden. Durch den Widerruf der Einwilligung wird die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt. Soweit die Einwilligung nicht widerrufen wird, gilt sie für die Dauer des Zwecks der Verarbeitung.

16.06.25 _____
Datum Unterschrift Testteilnehmer/in

Noah Probst
Bitte Ihren Namen in Druckbuchstaben schreiben

h_da hochschule darmstadt fachbereich media

3. Einwilligungserklärung

Hiermit willige ich in die unter 1. geschilderte Datenverarbeitung ein. Diese Einwilligung ist freiwillig und kann für die Zukunft jederzeit per Mail an uselab.fbmd@h-da.de widerrufen werden. Durch den Widerruf der Einwilligung wird die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt. Soweit die Einwilligung nicht widerrufen wird, gilt sie für die Dauer des Zwecks der Verarbeitung.

16.06.25 _____
Datum Unterschrift Testteilnehmer/in

LUISANA DURANTE
Bitte Ihren Namen in Druckbuchstaben schreiben

h_da hochschule darmstadt
fachbereich media

member of
EUT+
EUROPEAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

3. Einwilligungserklärung

Hiermit willige ich in die unter 1. geschilderte Datenverarbeitung ein. Diese Einwilligung ist freiwillig und kann für die Zukunft jederzeit per Mail an uselab.fbmd@h-da.de widerrufen werden. Durch den Widerruf der Einwilligung wird die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt. Soweit die Einwilligung nicht widerrufen wird, gilt sie für die Dauer des Zwecks der Verarbeitung.

16.06.25 
Datum Unterschrift Testteilnehmer/in

Emely Boudaid
Bitte Ihren Namen in Druckbuchstaben schreiben

P2 Recherchedokumentation

Unbeschwertheit und gemeinsames Kochen

DOLYO – Larissa Blam und Eileen Wirsing

Die Leitfrage dieser Dokumentation lautet: **Wie kann man Menschen,** insbesondere Studierenden, **das Gefühl von Unbeschwertheit schenken?** Im vorliegenden Interactive Media Design Projekt geht es darum, anhand von Literatur, Statistiken und Umfragen herauszuarbeiten, wie gemeinsames Kochen als soziales Erlebnis dazu beitragen kann, das Gefühl von Unbeschwertheit zu bestärken. Dabei sollen die spezifischen Lebensbedingungen der Nutzergruppe – Studierende – berücksichtigt und Anforderungen für einen Service abgeleitet werden, der gemeinsames Kochen als unbeschwerte Erfahrung ermöglichen kann.

Inhalt

- Vorgehensweise
- Rahmenbedingungen
  - Wohnsituation und finazielle Lage
  - Emotionale Lage
- Unbeschwertheit
- Kochen und Ernährung
- Externe Interview Recherche
- Eigene Interviews
- Fazit für unseren Service

Literaturverzeichnis

Vorgehensweise

Für diese Recherche wurden Quellen wie offizielle Statistiken (Destatis, Statista), Berichte von Krankenkassen (TK-Gesundheitsreport), wissenschaftliche Studien (BMC Nutrition, Frontiers in Psychology) und Artikel auf Fach-Webseiten (z. B. *Psychologie Heute*, Universität Hildesheim) genutzt. Zusätzlich wurden Expertentexte der Positiven Psychologie herangezogen, um das Konzept von „Unbeschwertheit“ theoretisch zu verankern. Die Informationen aus Sekundärquellen wurden mit Erkenntnissen aus Interviews mit Studierenden ergänzt, deren Aussagen hier in zusammengefasster Form wiedergegeben werden. Auf diese Weise ließen sich die objektiven Rahmenbedingungen mit subjektiven Eindrücken der Zielgruppe verbinden.

Rahmenbedingungen

Wohnsituation und finanzielle Lage

Unsere Nutzergruppe sind Studierende, meist im Alter von 21–23 Jahren[1]. In der Lebensphase als Student beginnt für viele, erstmals eigenständiges Wohnen und Unabhängigkeit. Dementsprechend groß sind finanzielle Barrieren: Laut Statistischem Bundesamt verfügen 50 % der Studierenden mit eigener Haushaltsführung über weniger als 867€ netto im Monat.[2][3] Diese Lebenssituation führt oft zu Zeit- und Geldknappheit im Alltag.[4] Viele Studierende leben inzwischen in Wohngemeinschaften oder Studentenwohnheimen, da die Mietpreise in Hochschulstädten hoch sind.[5][6] Die Mehrheit finanziert sich dabei durch Nebenjobs sowie Unterstützung: Im Durchschnitt stammen etwa 41 % des Einkommens aus Erwerbsarbeit, 32 % aus elterlichem Unterhalt und 15 % aus BAföG oder Stipendien.[7][8] Eine Auswertung aus dem Jahr 2021 zeigt, dass 76,1 % der

1 vgl. Statista Research Department: Anzahl der Studierenden an Hochschulen nach Alter in Deutschland im Wintersemester 2023/2024, 02.09.2024, https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1166109/umfrage/anzahl-der-studenten-an-deutschen-hochschulen-nach-alter/.

2 vgl. Die Hälfte der Studierenden mit eigener Haushaltsführung hat weniger als 867 Euro im Monat zur Verfügung: in: Destatis Statistisches Bundesamt, 28.08.2024, https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/08/PD24_N044_62.html#:~:text=WIESBADEN%20%E2%80%93%20Die%20H%C3%A4lfte%20der,Studierenden%20und%2Foder%20Auszubildenden%20zusammen%20leben (abgerufen am 20.05.2025).

3 vgl. Statista Research Department: Verfügbares Monatsbudget und Gehalt von Studierenden in Deutschland von 2013 bis 2021, 02.01.2024c, https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1328501/umfrage/monatsbudget-und-gehalt-von-studierenden/.

4 vgl. Statista Research Department: Durchschnittliche Arbeitsstunden im Nebenerwerb von Studierenden in Deutschland von 2013 bis 2021, 02.01.2024d, https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1328490/umfrage/arbeitsstunden-im-nebenerwerb-von-studierenden/.

5 vgl. 37,9 % der Studierenden in Deutschland waren 2021 armutsgefährdet: in: Destatis Statistisches Bundesamt, 16.11.2022, https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/11/PD22_N066_63.html#:~:text=besonders%20belastet%20sind.%2037%2C9%C2%A0,in%20Deutschland%20von%20Armut%20bedroht (abgerufen am 20.05.2025).

6 vgl. Statista Research Department: Armutsgefährdung und Wohnkostenüberbelastung bei Studierenden und Auszubildenden mit eigener Haushaltsführung in Deutschland im Jahr 2023, 25.09.2024c, https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1495987/umfrage/armutsgefaehrdung-von-studierenden-und-azubis/.

7 vgl. Die Hälfte der Studierenden mit eigener Haushaltsführung hat weniger als 867 Euro im Monat zur Verfügung, 2024.

8 vgl. Statista Research Department: Anteil der Studierenden mit einer bezahlten Beschäftigung von 2015 bis 2021, 03.01.2024a, https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1237458/umfrage/anteil-studierender-mit-bezahlter-beschaeftigung/.

Studierenden, die allein oder in einer WG leben, als armutsgefährdet eingestuft wurden.[9] Daraus folgt ein sparsames Einkaufsverhalten dieser und Konsum ungesunder Lebensmittel, da frische Zutaten teurer sind. Lange Arbeits- und Lernzeiten lassen zudem kaum Raum für aufwendiges Kochen. Dieser finanzielle Druck und ein häufiger Mangel an Zeit erschweren es den Studierenden, sich abwechslungsreich und genussvoll zu ernähren.

Emotionale Lage

Die psychische Belastung der Studierenden ist hoch. Prüfungsstress, Zukunftsängste und knappe Budgets führen häufig zu Anspannung und Erschöpfung.[10] Hohe Prozentzahlen berichten von Stresssymptomen: 68 % fühlen sich erschöpft durch Stress,[11] über die Hälfte hat Kopfschmerzen oder Rückenprobleme (siehe [3]), und mehr als die Hälfte leiden unter Konzentrationsstörungen. Diese Symptome verdeutlichen, dass viele Studierende sich oft nicht „unbeschwert“ fühlen. Hinzu kommt, dass etwa 29 % von ihnen Einsamkeit als Belastungsfaktor empfinden.[12]Vor diesem Hintergrund ist das Bedürfnis nach Entspannung, Freude und sozialer Geborgenheit bei Studierenden besonders groß.[13] Generell ergaben Umfragen, dass Studenten Verbundenheit, das Leben zu genießen, Autonomie und Neues sowie Andere kennen zu lernen wichtig ist.[14] Auch diese Aspekte wollen wir in unserem Service-Erlebnis ansprechen.

Unbeschwertheit

Unbeschwertheit lässt sich im Sinne der Positiven Psychologie als Zustand verstehen, in dem man frei von Sorgen und Ängsten im gegenwärtigen Moment Zufriedenheit empfindet. Hedonisches Wohlbefinden (ein Teilglück im Hier und Jetzt) wird etwa als „vorübergehendes, intensives Erleben von Freude“ definiert.[15] In diesem Sinne meint Unbeschwertheit, dass Betroffene eine Leichtigkeit und spontane Fröhlichkeit erfahren – ein Moment also, in dem möglicher Prüfungsstress und Zukunftsangst in den Hintergrund treten. Die Psychologie verbindet positive Emotionen häufig mit sozialen Erlebnissen und Selbstbestimmung. So zeigen Untersuchungen, dass Tätigkeiten, die Zugehörigkeit, Kompetenz und Genuss fördern, das Wohlbefinden steigern.[16][17] Unbeschwertheit ist dabei eng verwandt mit Gefühlen wie Freude, Gelassenheit und Heiterkeit. Für Studierende, die vielfach unter Druck stehen, sind solche Momente wertvoll, da sie damit für kurze Zeit das alltägliche hinter sich lassen können.

9 vgl. 37,9 % der Studierenden in Deutschland waren 2021 armutsgefährdet, 2022.
10 vgl. TK-Gesundheitsreport 2023 - Wie geht‘s Deutschlands Studierenden?, 2023.
11 vgl. TK-Gesundheitsreport 2023 - Wie geht‘s Deutschlands Studierenden?, 2023.
12 vgl. TK-Gesundheitsreport 2023 - Wie geht‘s Deutschlands Studierenden?, 2023.
13 vgl. TK-Gesundheitsreport 2023 - Wie geht‘s Deutschlands Studierenden?, 2023.
14 vgl. Schmidt: Studenten in Deutschland nach Werteorientierungen im Vergleich mit der Bevölkerung im Jahr 2024, 20.01.2025b, https://de.statista.com/statistik/daten/studie/865152/umfrage/umfrage-in-deutschland-zu-werteorientierungen-der-studenten/.
15 vgl. Sutton, Jeremy: What is Happiness? Understanding the Happiness Paradox, in: PositivePsychology, 10.12.2024, https://positivepsychology.com/what-is-happiness/#:~:text=Hedonic%20happiness%20%20is%20a,18 (abgerufen am 20.05.2025).
16 vgl. Roshanaei, Mahnaz: Meaningful Peer Social Interactions and Momentary Well-Being in Context, in: SageJournals, 28.06.2024, https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/19485506241248271 (abgerufen am 20.05.2025).
17 vgl. Cherry, Kendra: Self-Determination Theory in Psychology, in: Verywellmind, 18.07.2024, https://www.verywellmind.com/what-is-self-determination-theory-2795387 (abgerufen am 20.05.2025).

Es gibt unterschiedliche Ansätze das Gefühl von Unbeschwertheit hervorzurufen. So kann durch soziale Interaktion die Verbundenheit und Gemeinschaft gestärkt werden, dadurch Entlastung, geringere Einsamkeit und ein besseres Wohlbefinden hervorgerufen werden. Unbeschwertheit kann auch durch die schon erwähnte Befriedigung der Grundbedürfnisse eintreten. Oder durch eine anspruchsvollen, aber bewältigbare Aufgabe ausgelöst werden, wenn ein guter Schwierigkeits-Skill-Mix besteht, und man in einen Flow gerät. Flow meint hier, die Vertiefung und den Fokus weg von Sorgen und Anspannung und das dadurch eintretende Gefühl von Zufriedenheit, Selbstvertrauen und Wohlbefinden.[18]

Im Kontext des Kochens haben Forscher festgehalten, dass Essen und Kochen stark mit Emotionen verknüpft sind.[19] Christina Bermeitinger (Universität Hildesheim) stellt fest, dass Gerüche und Gerichte Erinnerungen wecken und unmittelbar die Gefühlslage beeinflussen können.[20] Zugleich betont sie: „Das Kochen von Gerichten aus unterschiedlicher Kulturen weckt positive Emotionen, die das Miteinander stärken“.[21] Gemeinschaftliches Kochen bietet also Potenzial, gezielt positive Erlebnisse zu schaffen. Wird es als heiteres, ungezwungenes Ereignis wahrgenommen, kann es unmittelbar zum Gefühl von Unbeschwertheit beitragen: Studien deuten darauf hin, dass Aktivitäten, die Engagement, positive Gefühle und soziale Bindung fördern, das subjektive Wohlbefinden erhöhen.[22][23] Daraus ziehen wir, dass wir unseren Service so gestalten, dass Studenten dabei sozial interagieren, sie ihre Grundbedürfnisse befriedigen können und die Schwierigkeitslevel an die Skilllevel der Studenten anpassen. Sowie das Kochen in unserem Service das Potenzial hat auch als unterstützender Faktor zur Unbeschwertheit zu fungieren.

Kochen und Ernährung

Kochen spielt in Deutschland eine große Rolle als Freizeitbeschäftigung: Über zwei Drittel der Menschen zählen es zu ihren liebsten Hobbys.[24] Auch bei jüngeren Menschen ist das Interesse hoch, denn Kochen verbindet Genuss mit Kreativität und Gemeinschaft. Allerdings kochen viele Studierende in der Praxis trotz Interesse an “gesunder Ernährung”[25] zu selten oder zu einseitig:

18 vgl. Why does experiencing ‘Flow‘ feel so good? in: UC Davis, 12.01.2022, https://www.ucdavis.edu/curiosity/blog/research-shows-people-who-have-flow-regular-part-their-lives-are-happier-and-less-likely-focus (abgerufen am 21.05.2025).
19 vgl. Lange, Isa: Psychologie: Kochbuch der Gefühle, 16.01.2017, https://www.uni-hildesheim.de/neuigkeiten/psychologie-kochbuch-der-gefuehle/#:~:text=%E2%80%9EEmotionen%20und%20Kochen%20geh%C3%B6ren%20zusammen,Koordinierungsstelle%20Integration%20der%20Stadt%20Hildesheim (abgerufen am 20.05.2025).
20 vgl. Lange, 2017.
21 Lange, 2017.
22 vgl. Hasan, Bashar: The effect of culinary interventions (cooking classes) on dietary intake and behavioral change: a systematic review and evidence map, in: BMC Nutrition, 10.05.2019, https://bmcnutr.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40795-019-0293-8#:~:text=Participants%E2%80%99%20attitudes%20%28e,medium%20risk%20of%20bias (abgerufen am 20.05.2025).
23 vgl. Farmer, Nicole: Well-Being and Cooking Behavior: Using the Positive Emotion, Engagement, Relationships, Meaning, and Accomplishment (PERMA) Model as a Theoretical Framework, in: Frontiers, 12.04.2021, https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2021.560578/full#:~:text=psychosocial%20distress%20and%20promote%20well,to%20the%20preparation%20of%20food (abgerufen am 20.05.2025).
24 vgl. Auffenberg, Lisa: Die Psychologie des Kochens, in: Psychologie Heute, 13.02.2019, https://www.psychologie-heute.de/gesundheit/artikel-detailansicht/39793-die-psychologie-des-kochens.html#:~:text=Nicht%20ohne%20Grund%20z%C3%A4hlen%20laut,und%20das%20Ph%C3%A4nomen%20der%20Food (abgerufen am 20.05.2025).
25 TK-Gesundheitsreport 2023 - Wie geht‘s Deutschlands Studierenden?, 2023.

Aufgrund von Zeitmangel[26] oder Kostendruck greift man schnell zu Fertigprodukten oder überbrückt Mahlzeiten mit Snacks. Dies kann langfristig das Wohlbefinden mindern.

Andererseits zeigen Studien aus dem Bereich Ernährungsbildung: Koch- und Ernährungskurse steigern bei Teilnehmern sowohl das Wissen als auch die Selbstwirksamkeit im Umgang mit gesunder Ernährung.[27] In kontrollierten Untersuchungen führte praktisches Kochen im Rahmen eines Kurses zu signifikant erhöhtem Verzehr von Gemüse, Obst und Ballaststoffen sowie zu verbessertem Ernährungsbewusstsein.[28] Auch das allgemeine Lebensgefühl der Teilnehmenden wurde dadurch positiv beeinflusst.[29] Ein Service, der gemeinschaftliches Kochen anbietet, kann somit nicht nur soziale, sondern auch gesundheitliche Vorteile ermöglichen: Durch gemeinsames Zubereiten ausgewogener Mahlzeiten können Studierende lernen, nahrhafte Kost schmackhaft und einfach zuzubereiten, was ihr subjektives Wohlbefinden weiter steigern kann.

Externe Interview Recherche

In Leitfadeninterviews mit Studierenden konnten wir die Literaturbefunde mit den Wünschen der Zielgruppe abgleichen. Alle Befragten hoben hervor, dass **gemeinsames Kochen sehr interaktiv und kommunikativ** ist. Wie es in einer Studie heißt: „Kochen und Essen geschieht häufig in Gemeinschaft – Essen ist ein äußerst kommunikatives Ereignis“.[30] In diesem Sinne berichteten Studierende, dass einladende Kochrunden schnell Sprachbarrieren überwinden und eine Atmosphäre schaffen, in der man „nebenbei“ miteinander redet.

Viele Interviewte beschrieben zudem ein **starkes Erfolgserlebnis** beim Kochen: Das Zubereiten einer Mahlzeit gibt ihnen ein unmittelbares Erfolgserlebnis, „ein gutes Gefühl, selbst etwas geschafft zu haben“,[31] das im oft anstrengenden Studium sonst fehlt. Dieses Erfolgserlebnis begünstigt positive Stimmung. In jedem Fall stärkten sie ihr Gemeinschaftsgefühl: Wie Bermeitinger konstatiert, werden durch das Kochen positive Emotionen ausgelöst, „die das Miteinander stärken“[32]. Die Studierenden fühlten sich nach gemeinschaftlichen Kochabenden oft entspannter, lächelnd und näher verbunden. Zusammenfassend deuten die Interviews darauf hin, dass **Soziales, Genuss und Selbstwirksamkeit** Schlüsselfaktoren sind: Essen lädt zur Kommunikation ein,[33] das Kochen vermittelt Erfolgserlebnisse[34] und erzeugt positive Emotionen, die Gruppen zusammenschweißen.[35] Genau diese Aspekte tragen wesentlich zur empfundenen Unbeschwertheit bei.

26 vgl. Schmidt: Studenten in Deutschland nach Ernährungseinstellungen im Vergleich mit der Bevölkerung im Jahr 2024, 20.01.2025, https://de.statista.com/statistik/daten/studie/865236/umfrage/umfrage-unter-studenten-in-deutschland-zu-ernaehrungseinstellungen/.
27 vgl. Hasan, 2019.
28 vgl. Hasan, 2019.
29 vgl. Hasan, 2019.
30 Lange, 2017.
31 Auffenberg, 2019.
32 Lange, 2017.
33 vgl. Lange, 2017.
34 vgl. Auffenberg, 2019.
35 vgl. Lange, 2017.

Eigene Interviews

Zunächst orientierten wir uns an der Fragen-Dramaturgie aus der Vorlesung, woran wir dementsprechend unseren Frage-Leitfaden ausrichteten. Wir bemerkten jedoch schnell, wie schwierig es war, sich eine gute Struktur für Fragen zu überlegen, da wir vorher noch keine Interviews geführt hatten und somit es uns an Erfahrung mangelte.

Dann kam Interview 1 - was in der Theorie gut klang, lief in der Praxis nicht so gut. Während der Einstieg zunächst noch ganz stimmig schien, fiel uns während dem Interview auf, dass sich mehr als ein Leitfaden durch das Interview zog, was dazu führte, dass sowohl Interviewer als auch Interviewte-Person zwischendurch etwas verwirrt waren.

Doch daraus konnten wir lernen; nachdem wir unsere gewonnenen Erkenntnisse dokumentierten und sortierten, begannen wir sogleich mit der Überarbeitung unseres Interview-Bogens.

Daraufhin hielten wir ein zweites Interview und siehe da - man konnte die Verbesserung sofort spüren. Der Redefluss war deutlich flüssiger, wir achteten beim Überarbeiten besonders darauf, dass die Fragen stimmig ineinander übergehen.

Für die Auswertung hielten wir uns ebenso an die besprochenen Vorgaben aus der Vorlesung. Die Auswertung dauerte länger als gedacht, da man sich das Interview immer wieder und wieder anhören musste, um alle Aspekte einzufangen.

Besonders die Erkenntnisse aus den Interviews empfanden wir als wertvoll, da man diese kompakt zusammenfassen konnte und so eine schnelle Übersicht bekommt, wenn man zu einem späteren Zeitpunkt darauf zurückschaut. Für die detaillierte Analyse verweise ich hier auf unser Conceptboard.[36]

Fazit für unseren Service

Für unseren Service, der gemeinsames Kochen als unbeschwerte soziale Erfahrung gestalten soll, leiten sich klare Anforderungen ab. Die Rahmenbedingungen der Studierenden (knappe Zeit, geringes Budget, hohe Stressbelastung) verlangen nach einem Angebot, das einfach und entlastend ist. Mit unserem Service wollen wir den Zeitaufwand in der Vorbereitung verringern um so die stressfrei Teilnahme für mehr Studenten zu ermöglichen. Im Vordergrund muss eine locker-freundliche Atmosphäre stehen: Der Fokus liegt auf Spaß und Kooperation, nicht auf Leistung oder Perfektion. Unsere Interviews legen nahe, dass gerade der informelle Charakter eines Kochtreffens Stress abbauen und Unbeschwertheit ermöglichen kann.

Die soziale Interaktion, Befriedigung der Grundbedürfnisse und ein Schwierigkeits-Skill-Mix, zusammen mit dem Potenzial des Kochens machen Unbeschwertheit im Uni-Alltag möglich. Beim gemeinsamen Kochen können Studierende positive Emotionen erleben, sich voll auf die Tätigkeit einlassen, wertvolle soziale Kontakte pflegen, ein Gefühl von Zugehörigkeit erzeugen und dabei Wissen und Erfahrungen sammeln, die sie brauchen um ihre bevorzugte Ernährungsweise leben zu können. Unser Service sollte daher gezielt diese Ansätze integrieren.

36 https://app.conceptboard.com/board/mbox-2a6h-mt2g-96p7-4ba8#

Die **Projektfragestellung** für die weitere Entwicklung lautet daher: *Wie könnten wir durch ein interaktives Erlebnis für Studenten, die gestresst sind oder am Anfang der Selbstständikeit stehen, beim gemeinsamen Kochen mit Kommilitonen, den Prozess und das Ausleben ihrer bevorzugten Ernährungsweise unbeschwert gestalten?*

Praktisch bedeutet dies, Funktionen zu entwickeln, die den beschriebenen Bedürfnissen entsprechen: soziale Vernetzung, einfache Rezeptvorschläge, organisatorische Assistenz und eine Atmosphäre der Leichtigkeit. Werden diese Anforderungen umgesetzt, kann gemeinsames Kochen für Studierende nicht nur eine Mahlzeit, sondern vor allem ein wenig Sorglosigkeit und Unbeschwertheit in den Alltag bringen.

Literaturverzeichnis:

1. 37,9 % der Studierenden in Deutschland waren 2021 armutsgefährdet: in: Destatis Statistisches Bundesamt, 16.11.2022, [online] https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/11/PD22_N066_63.html#:~:text=besonders%20belastet%20sind.%2037%2C9%C2%A0,in%20Deutschland%20von%20Armut%20bedroht (abgerufen am 20.05.2025).
2. Statista Research Department: Anteil der Studierenden mit einer bezahlten Beschäftigung von 2015 bis 2021, 03.01.2024a, [online] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1237458/umfrage/anteil-studierender-mit-bezahlter-beschaeftigung/.
3. Statista Research Department: Anzahl der Studierenden an Hochschulen nach Alter in Deutschland im Wintersemester 2023/2024, 02.09.2024b, [online] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1166109/umfrage/anzahl-der-studenten-an-deutschen-hochschulen-nach-alter/.
4. Statista Research Department: Armutsgefährdung und Wohnkostenüberbelastung bei Studierenden und Auszubildenden mit eigener Haushaltsführung in Deutschland im Jahr 2023, 25.09.2024c, [online] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1495987/umfrage/armutsgefaehrdung-von-studierenden-und-azubis/.
5. Die Hälfte der Studierenden mit eigener Haushaltsführung hat weniger als 867 Euro im Monat zur Verfügung: in: Destatis Statistisches Bundesamt, 28.08.2024, [online] https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/08/PD24_N044_62.html#:~:text=WIESBADEN%20%E2%80%93%20Die%20H%C3%A4lfte%20der,Studierenden%20und%2Foder%20Auszubildenden%20zusammen%20leben (abgerufen am 20.05.2025).
6. Auffenberg, Lisa: Die Psychologie des Kochens, in: Psychologie Heute, 13.02.2019, [online] https://www.psychologie-heute.de/gesundheit/artikel-detailansicht/39793-die-psychologie-des-kochens.html#:~:text=Nicht%20ohne%20Grund%20z%C3%A4hlen%20laut,und%20das%20Ph%C3%A4nomen%20der%20Food (abgerufen am 20.05.2025).
7. Statista Research Department: Durchschnittliche Arbeitsstunden im Nebenerwerb von Studierenden in Deutschland von 2013 bis 2021, 02.01.2024d, [online] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1328490/umfrage/arbeitsstunden-im-nebenerwerb-von-studierenden/.
8. Roshanaei, Mahnaz: Meaningful Peer Social Interactions and Momentary Well-Being in Context, in: SageJournals, 28.06.2024, [online] https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/19485506241248271 (abgerufen am 20.05.2025).
9. Lange, Isa: Psychologie: Kochbuch der Gefühle, 16.01.2017, [online] https://www.uni-hildesheim.de/neuigkeiten/psychologie-kochbuch-der-gefuehle/#:~:text=%E2%80%9EEmotionen%20und%20Kochen%20geh%C3%B6ren%20zusammen,Koordinierungsstelle%20Integration%20der%20Stadt%20Hildesheim (abgerufen am 20.05.2025).

10. Cherry, Kendra: Self-Determination Theory in Psychology, in: Verywellmind, 18.07.2024, [online] https://www.verywellmind.com/what-is-self-determination-theory-2795387 (abgerufen am 20.05.2025).

11. Schmidt: Studenten in Deutschland nach Ernährungseinstellungen im Vergleich mit der Bevölkerung im Jahr 2024, 20.01.2025a, [online] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/865236/umfrage/umfrage-unter-studenten-in-deutschland-zu-ernaehrungseinstellungen/.

12. Schmidt: Studenten in Deutschland nach Werteorientierungen im Vergleich mit der Bevölkerung im Jahr 2024, 20.01.2025b, [online] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/865152/umfrage/umfrage-in-deutschland-zu-werteorientierungen-der-studenten/.

13. Hasan, Bashar: The effect of culinary interventions (cooking classes) on dietary intake and behavioral change: a systematic review and evidence map, in: BMC Nutrition, 10.05.2019, [online] https://bmcnutr.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40795-019-0293-8#:~:text=Participants%E2%80%99%20attitudes%20%28e,medium%20risk%20of%20bias (abgerufen am 20.05.2025).

14. TK-Gesundheitsreport 2023 - Wie geht‘s Deutschlands Studierenden? in: Die Techniker, 28.06.2023, [online] https://www.tk.de/presse/themen/praevention/gesundheitsstudien/tk-gesundheitsreport-2023-2149758#:~:text=Der%20Report%20zeigt%2C%20dass%20sich,59%20Prozent%20klagen%20%C3%BCber (abgerufen am 20.05.2025).

15. Statista Research Department: Verfügbares Monatsbudget und Gehalt von Studierenden in Deutschland von 2013 bis 2021, 02.01.2024e, [online] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1328501/umfrage/monatsbudget-und-gehalt-von-studierenden/.

16. Farmer, Nicole: Well-Being and Cooking Behavior: Using the Positive Emotion, Engagement, Relationships, Meaning, and Accomplishment (PERMA) Model as a Theoretical Framework, in: Frontiers, 12.04.2021, [online] https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2021.560578/full#:~:text=psychosocial%20distress%20and%20promote%20well,to%20the%20preparation%20of%20food (abgerufen am 20.05.2025).

17. Sutton, Jeremy: What is Happiness? Understanding the Happiness Paradox, in: PositivePsychology, 10.12.2024, [online] https://positivepsychology.com/what-is-happiness/#:~:text=Hedonic%20happiness%20%20is%20a,18 (abgerufen am 20.05.2025).

10 Erklärungen

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig erstellt und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel und Quellen verwendet habe. Soweit ich auf fremde Materialien, Texte oder Gedankengänge zurückgegriffen habe, enthalten meine Ausführungen vollständige und eindeutige Verweise auf die Urheber und Quellen. Alle weiteren Inhalte der vorgelegten Arbeit stammen von mir im urheberrechtlichen Sinn, soweit keine Verweise und Zitate erfolgen. Mir ist bekannt, dass ein Täuschungsversuch vorliegt, wenn die vorstehende Erklärung sich als unrichtig erweist.

Dieburg, den 09.07.25

Eileen Wirsing



Vorname Nachname

Larissa Blam



Vorname Nachname

Übertragung von Rechten und Erklärung zur Wahrung Rechte Dritter

DOLYO ist ein Projekt, das im Rahmen des Studiengangs Digital Media der Hochschule Darmstadt - Fachbereich Media, im Sommersemester 2025 entstanden ist. Es ist eine Gruppenarbeit von: Eilee Wirsing und Larissa Blam (Projektgruppe). Sie wurde betreut von: Betreut von Andrea Krajewski, Dieter Stasch und Torben Toepper.
Wir (die Projektgruppe) übertragen hiermit die nicht ausschließlichen und zeitlich nicht eingeschränkten Rechte zur Veröffentlichung und Präsentation der Ergebnisse des Projekts DOLYO an die oben genannten Professoren der Hochschule Darmstadt und an die mit der wissenschaftlichen Betreuung dieses Projekts unmittelbar verbundenen Betreuer.

Zugleich erklärt das studentische Projektteam, dass mit dem Projekt keine Schutzrechte Dritter verletzt werden.

Dieburg, 09.07.25

Eileen Wirsing

Vorname Nachname

Larissa Blam

Vorname Nachname