



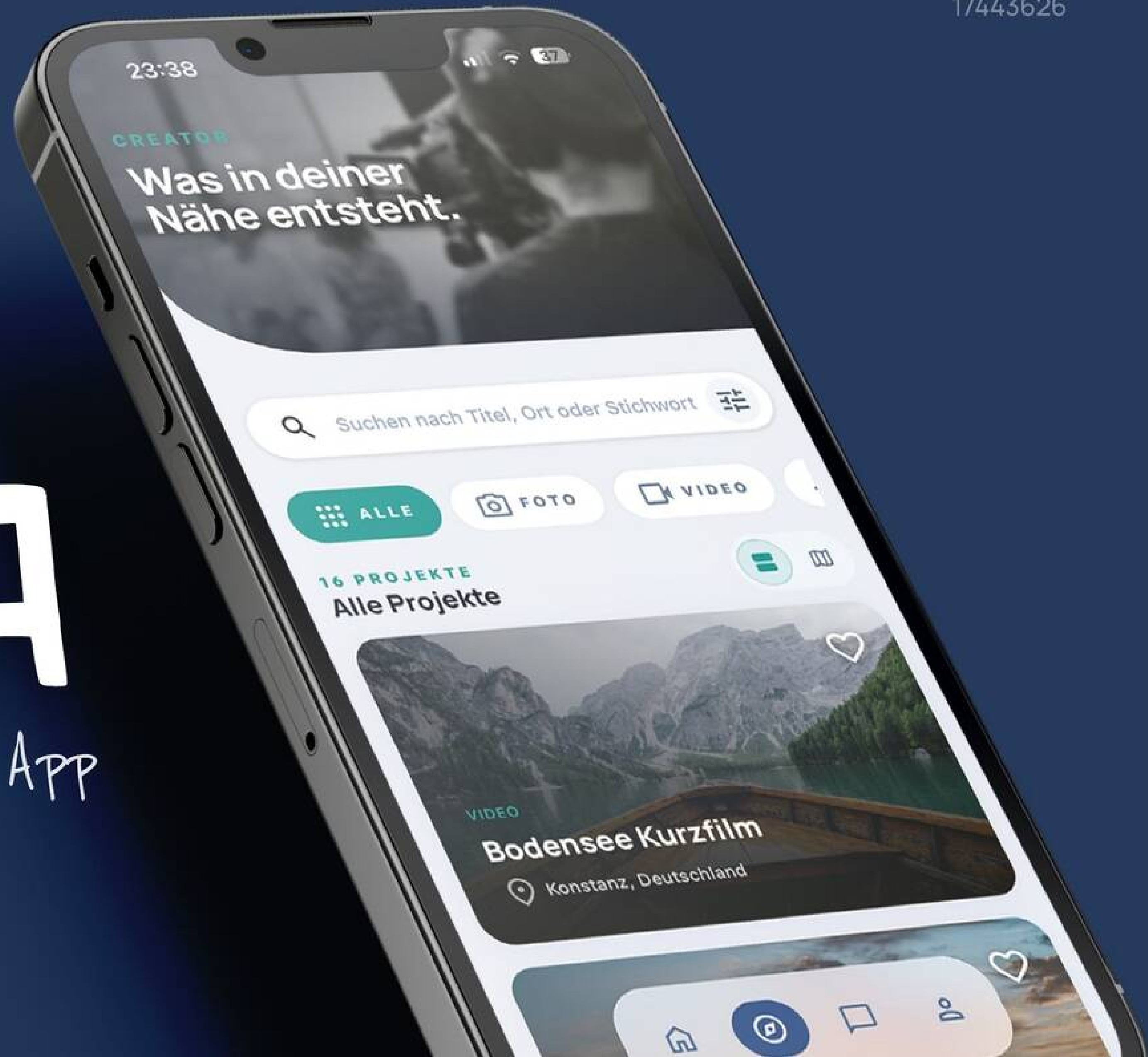
Projekt 01
Dokumentation

Theresia Hentschel
17443626

TEM OVA

Konzeption und Umsetzung einer App

Mediendesign 4. Semester
Betreuer: Jürgen Graef



EMPATHIZE_____04

Ausgangslage	05
Problemstatement	06
W-Fragen	07
Nutzungskontext	09
Zielgruppenanalyse	12
Konkurrenzanalyse	15
Umfrage	23

DEFINE_____28

Personas	29
Use Case & User Story	32
Jobs to be Done	37
Interview	38
Vision	41

IDEATE_____44

How Might We	45
Informationsarchitektur	47
Designprozess	52
Usability-Prinzipien	59

PROTOTYPE_____73

Referenz Screens	74
Styleguide	75
Screens	82

TESTING_____101

Thinking-Aloud-Test	102
Semantisches Differential	106
Beta-Test	109

Mockups	114
Fazit & Ausblick	121
Anhang	122

Agenda.

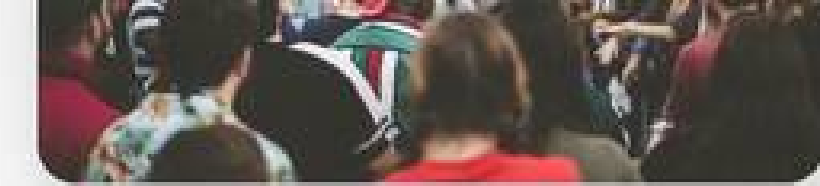


Einführung

Mit **Temova** entwickle ich eine App, die **kreative Menschen** mit passenden Projekten, Aufträgen und neuen Möglichkeiten in ihrer Nähe **vernetzt**. Die Plattform bringt Studierende, Freelancer*innen und andere Kreative mit Privatpersonen oder kleinen Unternehmen zusammen, die Unterstützung in Bereichen wie Design, Medien, Content, Handwerk oder digitaler Kreation suchen.

Mein Ziel ist es, kreative Zusammenarbeit einfacher, **transparenter** und **persönlicher** zu gestalten und dabei bewusst den **lokalen Bezug** in den Mittelpunkt zu stellen.

Meinen gesamten Projektprozess habe ich am Design-Thinking-Ansatz der Stanford d.school ausgerichtet und in fünf Phasen von Empathize bis Testing umgesetzt.



Ausgangslage	05
Problemstatement	06
W-Fragen	07
Nutzungskontext	09
Zielgruppenanalyse	12
Konkurrenzanalyse	15
Umfrage	23

Empathize.



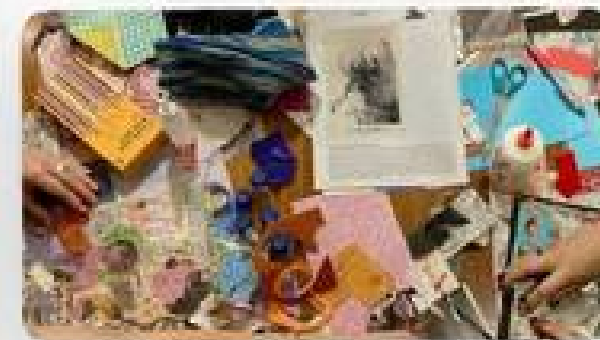
Ausgangslage

Kreative Fähigkeiten sind heute weit **verbreitet**. Viele Menschen gestalten, fotografieren, texten oder entwickeln, häufig neben Studium oder Job, und suchen nach Gelegenheiten, diese Fähigkeiten in **echten Projekten** einzusetzen. Studien zeigen, dass unabhängige, projektbasierte Arbeit als Erwerbsform seit Jahren kontinuierlich zunimmt. Statt einer festen Anstellung zählt für sie zunehmend das einzelne Projekt: etwas Eigenes schaffen, praktische Erfahrung sammeln und sichtbar werden.

Gleichzeitig wächst der **Bedarf** an genau dieser **kreativen Unterstützung**. Kleine Unternehmen, Selbstständige und Privatpersonen brauchen immer wieder punktuelle **Hilfe**, etwa für ein Logo, eine Fotoserie oder einen Social-Media-Auftritt, ohne gleich eine Agentur zu beauftragen oder jemanden fest anzustellen.

Auffällig ist, dass ein großer Teil dieser Zusammenarbeit an einen konkreten **Ort gebunden** ist. Ein Café möchte Fotos von seinen Räumen, ein lokales Event braucht Grafiken, eine Gründerin sucht jemanden für ein Video vor Ort. Angebot und Nachfrage liegen also oft **nah beieinander**, wissen aber nichts voneinander. Bisher entsteht diese Vernetzung vor allem durch Zufall, über persönliche Kontakte, Empfehlungen oder verstreute Plattformen. Große Freelance-Portale sind dagegen global, anonym und stark preisgetrieben und passen kaum zu kleinen, kreativen Projekten in der eigenen Umgebung. Genau hier setze ich mit meiner Arbeit an.

Es fehlt ein einfacher und **vertrauenswürdiger** Weg, kreative Menschen und passende Projekte in der Nähe **zusammenzubringen**.



Problemstatement

Viele Menschen verfügen über **kreative Fähigkeiten**, die auf individueller Gestaltung und konzeptioneller Eigenleistung beruhen, und möchten diese **flexibel** und **projektbasiert einsetzen**. Häufig fehlt ihnen jedoch eine **geeignete Möglichkeit**, passende Projekte einfach und gezielt in ihrer Nähe zu entdecken. Gleichzeitig haben Privatpersonen und kleine Unternehmen **Schwierigkeiten**, schnell und zuverlässig passende Kreativschaffende für konkrete, oft kurzfristige Projekte vor Ort zu **finden**.

Obwohl die **Nachfrage** nach projektbasierter Arbeit im Zuge der **wachsenden** Gig-Economy kontinuierlich steigt, sind **bestehende Plattformen** häufig entweder **zu global** und **anonym** oder auf **standardisierte** Dienstleistungen ausgerichtet. Dadurch werden gerade kreative, individuelle und lokal gebundene Projekte nur **unzureichend unterstützt**. Es **fehlt** eine **Lösung**, die kreative Fähigkeiten sichtbar macht, projektbasierte Zusammenarbeit erleichtert und dabei eine einfache, flexible und ortsnahe Vernetzung ermöglicht. So kommt potenzielle Zusammenarbeit häufig nicht zustande, obwohl Angebot und Nachfrage in der Region grundsätzlich vorhanden sind.

**Konkret heißt das: Wer Fähigkeiten hat, findet keine Projekte in der Nähe.
Wer Bedarf hat, findet niemanden, der es umsetzen kann.**

W-Fragen

Mithilfe der W-Fragen habe ich die **Rollenverteilung** und **Bedürfnisse** innerhalb meiner App-Plattform systematisch analysiert. Diese Methode hat mir geholfen, die **Motivationen** von Anbietern und Suchenden präzise **einzugrenzen** und kritische **Erfolgsfaktoren** wie Vertrauen, Ortsnähe und Transparenz als Design-Anker zu **definieren**. Die gewonnenen Erkenntnisse bilden die strategische Basis für alle weiteren Funktionen und Nutzerpfade.

W-Fragen

Wer bietet Fähigkeiten/Dienstleistungen an?

- Studierende mit kreativen Fähigkeiten
- Freelancer*innen
- Private kreative Personen

Was benötigen Projekt-Suchende?

- passende Unterstützung für Projekte
- Zugang zu passenden Talenten
- transparente Infos über Fähigkeiten/Verfügbarkeit

Wie findet man passende Menschen?

- durch Skill-Profile
- durch Projektbeschreibungen
- durch Standort- oder Interessenfilter

Wer sucht Unterstützung für Projekte?

- Privatpersonen mit konkreten Projektideen
- kleine Unternehmen oder Start-ups

Wo entstehen häufig Projektbedarfe?

- bei Privatpersonen
- bei kleinen Unternehmen/Start-ups
- bei kreativen oder digitalen Projekten

Wann sucht man nach Unterstützung für Projekte?

- bei kurzfristigen Projektanforderungen
- wenn interne Ressourcen fehlen
- bei zeitlich begrenzten Aufgaben

Wie kann eine Plattform Vertrauen schaffen?

- durch transparente Profile
- durch Bewertungen oder Referenzen
- durch klare Kommunikation

Wann bieten Menschen Fähigkeiten an?

- neben Studium oder Hauptjob
- bei freien Zeitfenstern
- wenn sie neue Erfahrungen oder Kontakte suchen

Nutzungskontext

Um eine **nutzerzentrierte Gestaltung** zu gewährleisten, habe ich den Nutzungskontext detailliert analysiert und in Nutzertypen, Aufgaben, Umgebung und Mittel unterteilt. Diese Methode ermöglichte es mir, die **spezifischen Rahmenbedingungen** und technischen **Voraussetzungen** meiner Zielgruppen präzise zu erfassen, von der Situation vor Ort bis zum bevorzugten Gerät. Aus diesen Erkenntnissen konnte ich die Anforderungen an Benutzeroberfläche und Funktionalität exakt auf die realen Einsatzbedingungen zuschneiden.

Nutzungsumgebung & -mittel

Nutzungsumgebung

Die Nutzung findet in vielfältigen **Alltagssituationen** statt. Skill-Anbieter greifen häufig in **flexiblen Kontexten** auf die Plattform zu, beispielsweise unterwegs, zwischen Terminen oder in kreativen Arbeitsphasen. Projekt-Suchende nutzen die App hingegen oft in **konkreten Bedarfssituationen**, etwa im Arbeitsalltag oder bei der Planung eines Projekts vor Ort.

Insgesamt ist die Nutzung geprägt von **zeitlicher und räumlicher Flexibilität**, wodurch die App sowohl in **privaten** als auch in **beruflichen** Umgebungen eingesetzt wird. Diese situative, **ortsnahe Nutzung** entspricht den Anforderungen projektbasierter Arbeit, bei der schnelle Abstimmungen und unmittelbare Verfügbarkeit in der Region entscheidend sind.

Nutzungsmittel

Die Nutzung meiner App erfolgt über **mobile Endgeräte**. Diese ermöglichen eine schnelle, ortsunabhängige und situationsbezogene Interaktion mit der Plattform. Nutzer*innen können so **jederzeit** auf Projektanfragen reagieren, neue Projekte in ihrer Nähe entdecken oder ihr eigenes Profil aktualisieren.



Nutzungsaufgabe



Meine App fungiert als zentrale Vermittlungs- und Kommunikationsschnittstelle, über die projektbasierte Zusammenarbeit initiiert, organisiert und umgesetzt werden kann. Die Nutzung erfolgt typischerweise in klar strukturierten, aufeinander aufbauenden Schritten, die sich je nach Nutzertyp unterscheiden, im Kern aber dem gleichen Ziel dienen: passende Menschen effizient und möglichst ortsnahe miteinander zu verbinden.

Skill-Anbieter nutzen die Plattform vor allem in Situationen, in denen sie **aktiv** nach **Möglichkeiten suchen**, ihre **Fähigkeiten** praktisch **einzusetzen**. Das geschieht häufig neben dem Studium, zwischen Projekten oder in flexiblen Arbeitsphasen. Der Einstieg erfolgt über das Erstellen eines Profils, in dem Fähigkeiten, Interessen und bisherige Arbeiten sichtbar werden. Ergänzend lassen sich Portfolio-Inhalte hochladen und die eigene Verfügbarkeit angeben. Darauf aufbauend **durchsuchen** die Nutzer*innen die Plattform nach **passenden Projekten** oder werden selbst von Projekt-Suchenden kontaktiert. Anschließend reagieren sie auf Anfragen, stimmen Details ab und initiieren die Zusammenarbeit.

Projekt-Suchende greifen in **konkreten Bedarfssituationen** auf die App zurück, in denen kurzfristig oder projektbezogen **Unterstützung** benötigt wird, etwa bei der Umsetzung kreativer Aufgaben, der Erstellung von Inhalten oder der Weiterentwicklung eines Angebots. Die Nutzung beginnt mit der Definition eines Projekts, bei dem Anforderungen, Umfang und Erwartungen beschrieben werden. Anschließend suchen sie passende Talente, vergleichen und bewerten deren Profile und nehmen direkt **Kontakt** auf, woraufhin die **Zusammenarbeit** abgestimmt und gestartet wird. Der Fokus liegt für mich auf einer schnellen, **unkomplizierten** und **zielgerichteten Vermittlung**.

Zielgruppenanalyse

Um die künftigen Nutzer*innen meiner App nicht nur statistisch, sondern in ihrer **Lebensrealität** zu begreifen, habe ich auf Grundlage meiner Nutzerumfrage eine fundierte Zielgruppenanalyse durchgeführt. Dabei habe ich die **Zielgruppe** zunächst in klare Nutzertypen unterteilt und sie anschließend mithilfe der **Sinus-Milieus** in ihren wertebasierten Lebenswelten verortet. So verstehe ich nicht nur, wer die Nutzerinnen und Nutzer sind, sondern auch, welche Werte und Haltungen sie prägen. Diese Erkenntnisse dienen mir als empathischer Kompass für den gesamten Designprozess und bilden die Grundlage, um im nächsten Schritt konkrete Personas und Jobs to be Done zu entwickeln.

Nutzertypen

Innerhalb der App lassen sich zwei zentrale Nutzertypen unterscheiden. Die Umfrage bildet vor allem die Creator-Seite ab. Den Client-Typ habe ich aus dem Interview mit Jonas (siehe S. 38), der Konkurrenzanalyse und den Beta-Rückmeldungen abgeleitet.

Creators

Der erste Nutzertyp sind die **Skill-Anbieter**. Dabei handelt es sich überwiegend um **junge, digitalaffine Personen** im Alter von etwa **18 bis 35** Jahren, die sich häufig in Ausbildungs- oder frühen Berufsphasen befinden. Dazu zähle ich insbesondere Studierende, Freelancer*innen sowie kreative Personen aus Bereichen wie Design, Medien oder digitaler Content-Erstellung, die **Projekte** gern in ihrer eigenen Umgebung **umsetzen**.

Clients

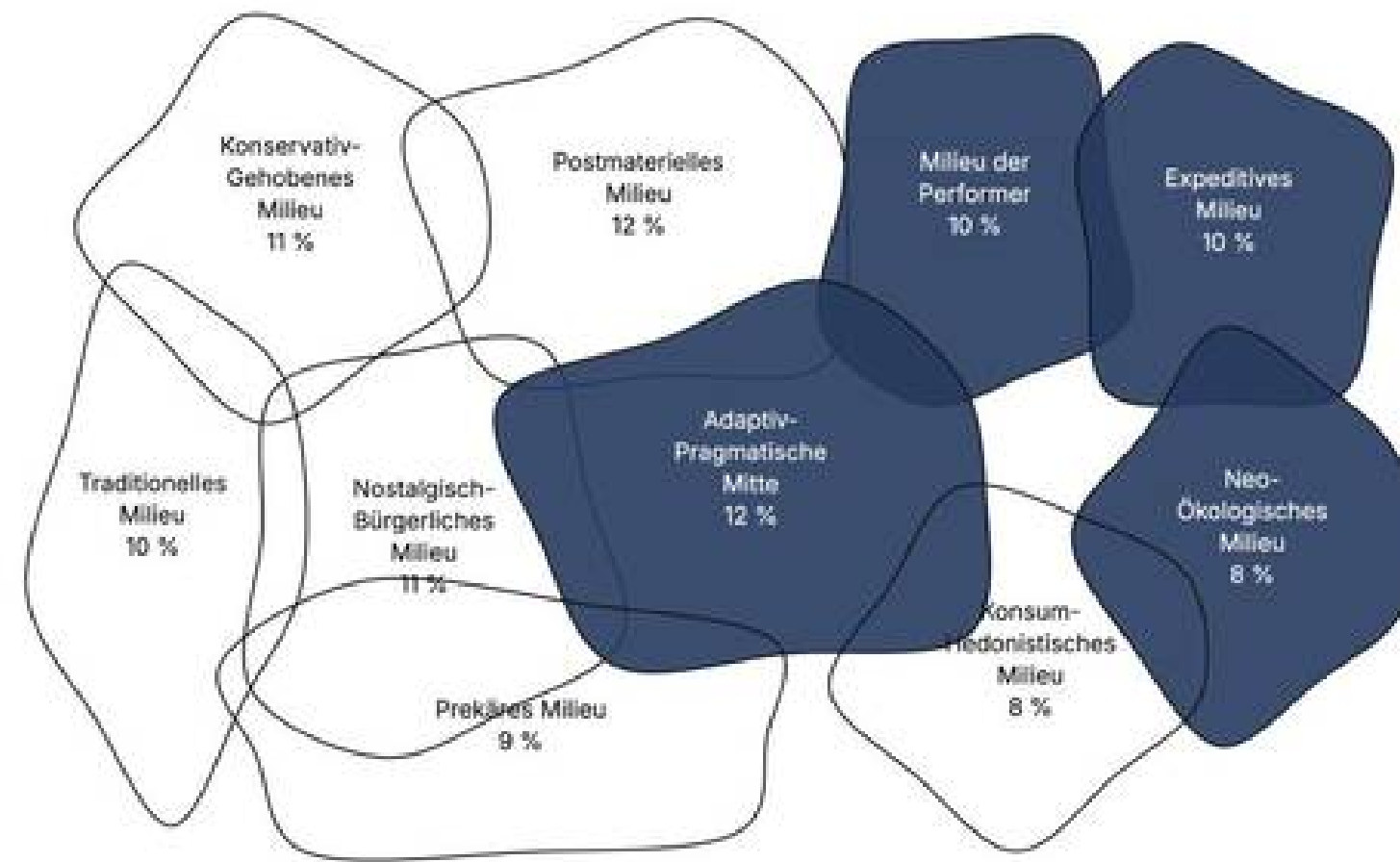
Der zweite Nutzertyp sind die **Projekt-Suchenden**. Diese Gruppe umfasst überwiegend Personen im Alter von etwa **25 bis 40 Jahren**, die privat oder beruflich konkrete Projekte mit **individuellen Lösungen umsetzen** möchten und dafür gezielt Unterstützung suchen. Dazu zähle ich insbesondere kleine Unternehmen, Start-ups, Selbstständige sowie Privatpersonen mit projektbezogenen, oft **ortsgebundenen** Bedarfen.



Sinus-Milieus

Creators

Die Creator verorte ich vor allem in den **Milieus der Expeditiven** und **Performer**. Diese Gruppen sind meist **jung, digitalaffin, flexibel** und **offen** für neue Arbeits- und Lebensmodelle. Sie schätzen Selbstverwirklichung, kreative Entfaltung, Vernetzung und die Möglichkeit, eigenständig und projektbasiert zu arbeiten. Gerade für Studierende, Freelancer*innen und Kreative passt das Bedürfnis nach **Freiheit, Sichtbarkeit** und beruflicher **Weiterentwicklung** sehr gut zu den Werten dieser Milieus.



Clients

Die Clients ordne ich besonders der **Adaptiv-Pragmatischen Mitte** und teilweise den **Performern** zu. Diese Gruppen handeln **lösungsorientiert** und **effizient** und nutzen digitale Angebote gezielt, um konkrete **Herausforderungen** schnell und unkompliziert zu **bewältigen**. Kleine Unternehmen, Start-ups, Selbstständige und private Auftraggeber*innen suchen weniger nach langfristigen Strukturen, sondern vielmehr nach **flexiblen**, direkten und praktikablen **Lösungen** für ihre projektbezogenen Bedarfe, häufig in der eigenen Region.

Ergänzend kann auch das **Neo-Ökologische Milieu** teilweise relevant sein, insbesondere wenn innerhalb der Plattform Wert auf sinnorientierte Projekte, **faire** Zusammenarbeit, **Transparenz** und nachhaltige Formen des Arbeitens gelegt wird. Dieses Milieu ist oft digital affin, reflektiert und offen für neue kooperative Arbeitsmodelle.

Konkurrenzanalyse

Um die Marktlandschaft zu verstehen und **Differenzierungspotenziale** für meine App zu identifizieren, habe ich eine umfassende **Konkurrenzanalyse** durchgeführt. Durch den direkten Vergleich bestehender Lösungen konnte ich **funktionale Lücken** sowie Best Practices in der User Experience aufdecken. Besonders wichtig war mir dabei die Frage, wie stark die Anbieter kreative und lokale **Zusammenarbeit** tatsächlich unterstützen. Diese Erkenntnisse ermöglichten es mir, ein klares Alleinstellungsmerkmal zu definieren und gezielt Schwachstellen des Wettbewerbs als Chancen für mein eigenes Design zu nutzen.

Kriterien: Inhalt

Projekt- & Aufgabenvielfalt

Die Plattform bietet **unterschiedliche Projektarten** und Dienstleistungen, von kleinen Aufgaben bis zu größeren Vorhaben. So ist für jede*n etwas Passendes dabei.

Informationsklarheit

Aufgaben, Anforderungen und Erwartungen sind **verständlich** und **präzise** beschrieben. Nutzer*innen erkennen sofort, worum es geht und was auf sie zukommt.

Motivation & Engagement

Die Inhalte fördern Neugier, Abenteuerlust und Kreativität. **Ansprechend** aufbereitete Projekte laden zum Mitmachen und Ausprobieren ein.

Community-Integration

Nutzer*innen können **Feedback** geben, Bewertungen sehen und in Projekten **interagieren**. Das schafft Vertrauen und ein Gefühl von Gemeinschaft.

Aktualität & Dynamik

Projekte und Inhalte werden regelmäßig **aktualisiert**. Neue Angebote halten die Plattform **lebendig** und die Nutzer*innen aktiv.

Kriterien: Design

Übersichtlichkeit der Plattform

Die Oberfläche ist klar **strukturiert** und leicht **verständlich**. Nutzer*innen finden sich schnell zurecht und erfassen das Wichtigste auf einen Blick.

Nutzerführung

Navigation und Interaktion sind **intuitiv** und **einfach**. Nutzer*innen gelangen ohne Umwege zum Ziel, auch ohne Einarbeitung.

Visuelle Gestaltung

Ein **ansprechendes** Layout, passende Typografie und eine konsistente Bildsprache sorgen für ein stimmiges, hochwertiges **Erscheinungsbild**.

Adventure-Feeling

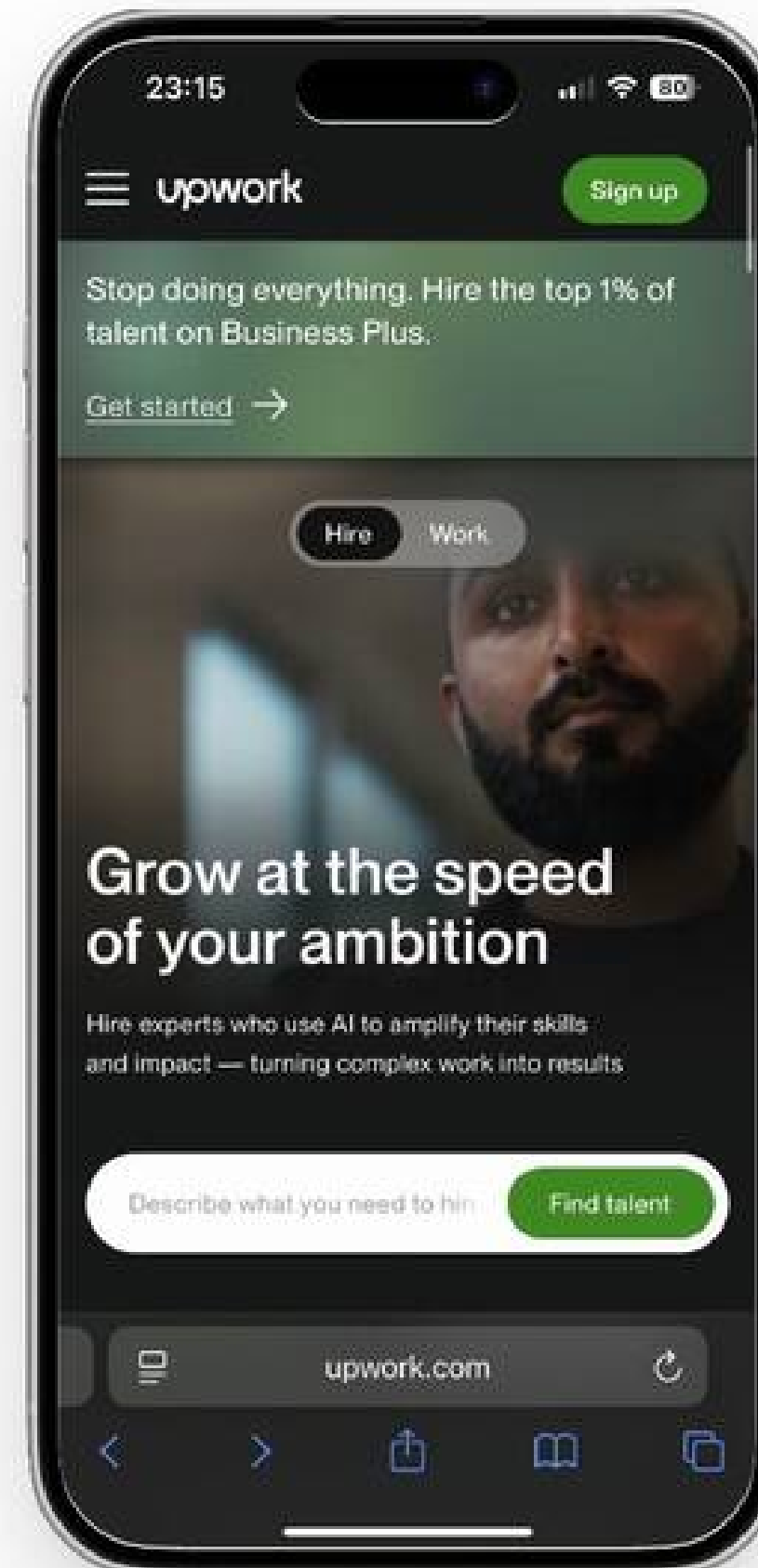
Das Design transportiert Freiheit, Entdeckerlust und spielerische Elemente, passend zum Adventure-Motiv, und macht das Entdecken **erlebbar**.

Vertrauen & Professionalität

Eine **professionelle**, sorgfältige Gestaltung vermittelt Seriosität und gibt den Nutzer*innen **Sicherheit**.

Analyse: Upwork

Projekt- und Aufgabenvielfalt	★★★★★
Informationsklarheit	★★★★☆
Motivation & Engagement	★★★☆☆
Community-Integration	★★★★☆
Aktualität & Dynamik	★★★★☆
Übersichtlichkeit	★★★☆☆
Nutzerführung	★★★★☆
Visuelle Gestaltung	★★★☆☆
Adventure-Feeling	★★☆☆☆
Vertrauen & Professionalität	★★★★★
Gesamtbewertung	★★★★☆



Stärken

- *sehr große Projektvielfalt*
- *hohe Vertrauenswürdigkeit*
- *gute Filter- und Suchfunktionen*
- *professionelle Profile und Bewertungssysteme*

Schwächen

- starker Wettbewerb zwischen Freelancer*innen
- hoher Preisdruck
- kein Abenteuer-/Motivationsgefühl
- teilweise überladen
- standardisiert
- anonym

Analyse: Fiverr

Projekt- und Aufgabenvielfalt	★★★★★
Informationsklarheit	★★★★☆
Motivation & Engagement	★★★☆☆
Community-Integration	★★★★☆
Aktualität & Dynamik	★★★★★
Übersichtlichkeit	★★★★☆
Nutzerführung	★★★★★
Visuelle Gestaltung	★★★★☆
Adventure-Feeling	★★★☆☆
Vertrauen & Professionalität	★★★★☆
Gesamtbewertung	★★★★☆



Stärken

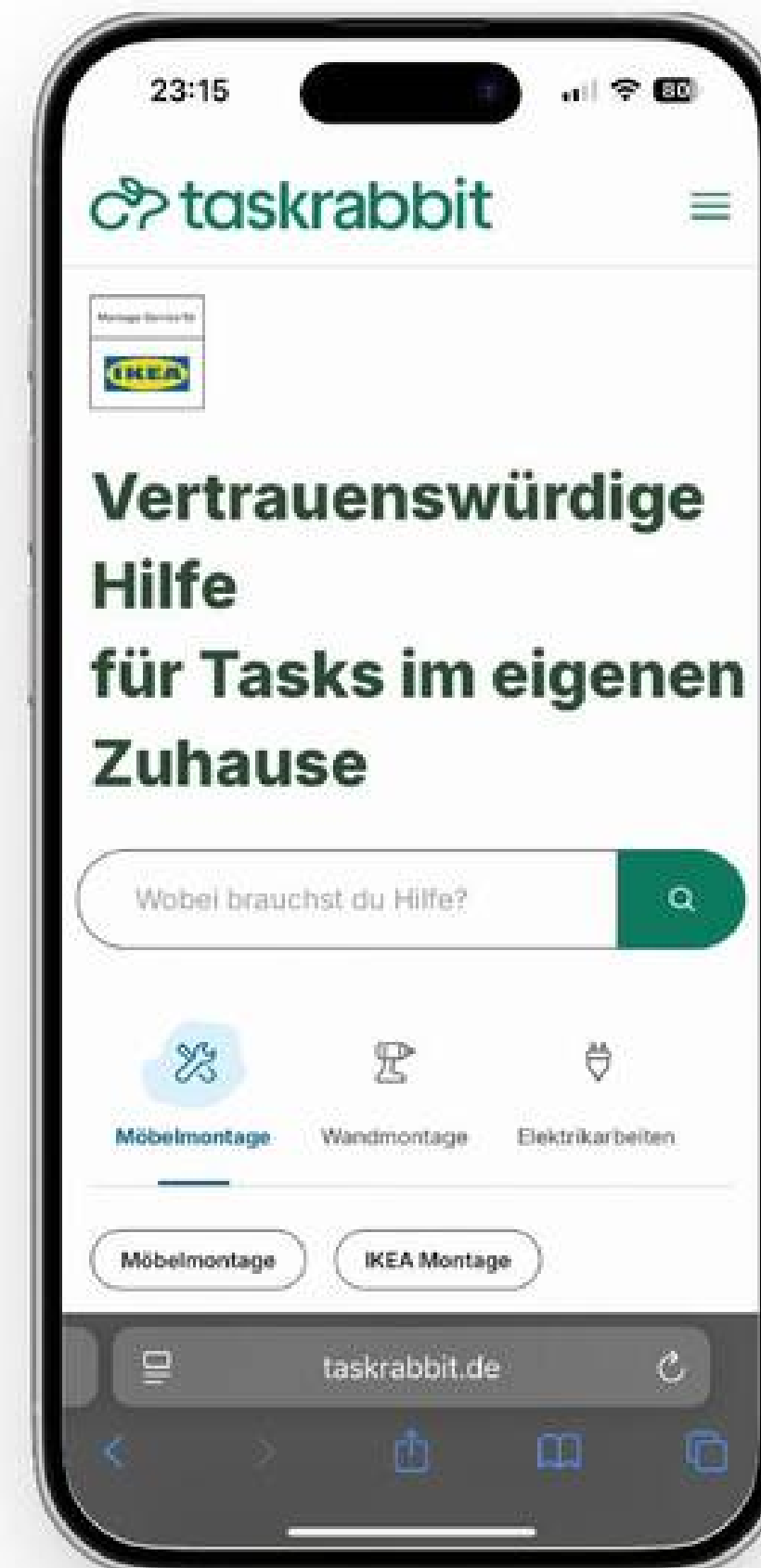
- sehr einfache Angebotsstruktur
- visuell ansprechende Plattform
- leicht zu bedienen, klare Strukturen
- schnelle Projektvermittlung

Schwächen

- starke Konkurrenz
- wenig langfristige Zusammenarbeit
- kein Abenteuer-/Motivationsgefühl
- standardisiert
- anonym

Analyse: TaskRabbit

Projekt- und Aufgabenvielfalt	☆☆☆☆
Informationsklarheit	☆☆☆☆
Motivation & Engagement	☆☆☆☆
Community-Integration	☆☆☆☆
Aktualität & Dynamik	☆☆☆☆
Übersichtlichkeit	☆☆☆☆
Nutzerführung	☆☆☆☆
Visuelle Gestaltung	☆☆☆☆
Adventure-Feeling	☆☆☆☆
Vertrauen & Professionalität	☆☆☆☆
Gesamtbewertung	☆☆☆☆



Stärken

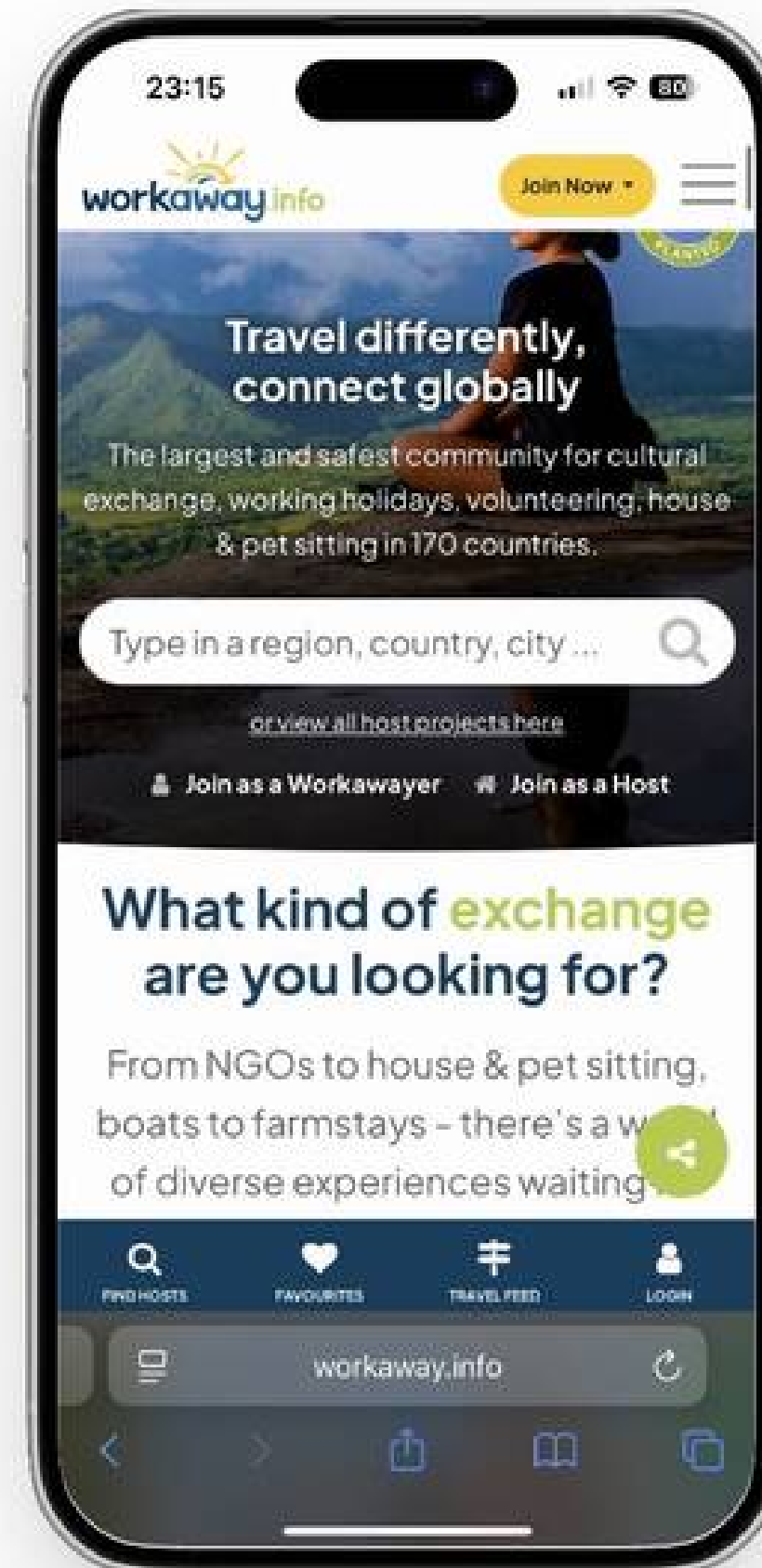
- lokaler Fokus
- sehr intuitiv
- klar & lokal fokussiert
- hohe Vertrauenswürdigkeit

Schwächen

- geringe Projektielfalt
- wenig kreative oder digitale Projekte
- kein Abenteuer-/Motivationsgefühl
- standardisiert

Analyse: Workaway

Projekt- und Aufgabenvielfalt	★★★★☆
Informationsklarheit	★★★★★
Motivation & Engagement	★★★★★
Community-Integration	★★★★☆
Aktualität & Dynamik	★★★★☆
Übersichtlichkeit	★★★★☆
Nutzerführung	★★★★☆
Visuelle Gestaltung	★★★☆☆
Adventure-Feeling	★★★★☆
Vertrauen & Professionalität	★★★☆☆
Gesamtbewertung	★★★★☆



Stärken

- hoher Adventure-/Motivationsfaktor
- große Projekt- und Aufgabenvielfalt
- Transparenz der Profile
- Unterkunft statt Geld

Schwächen

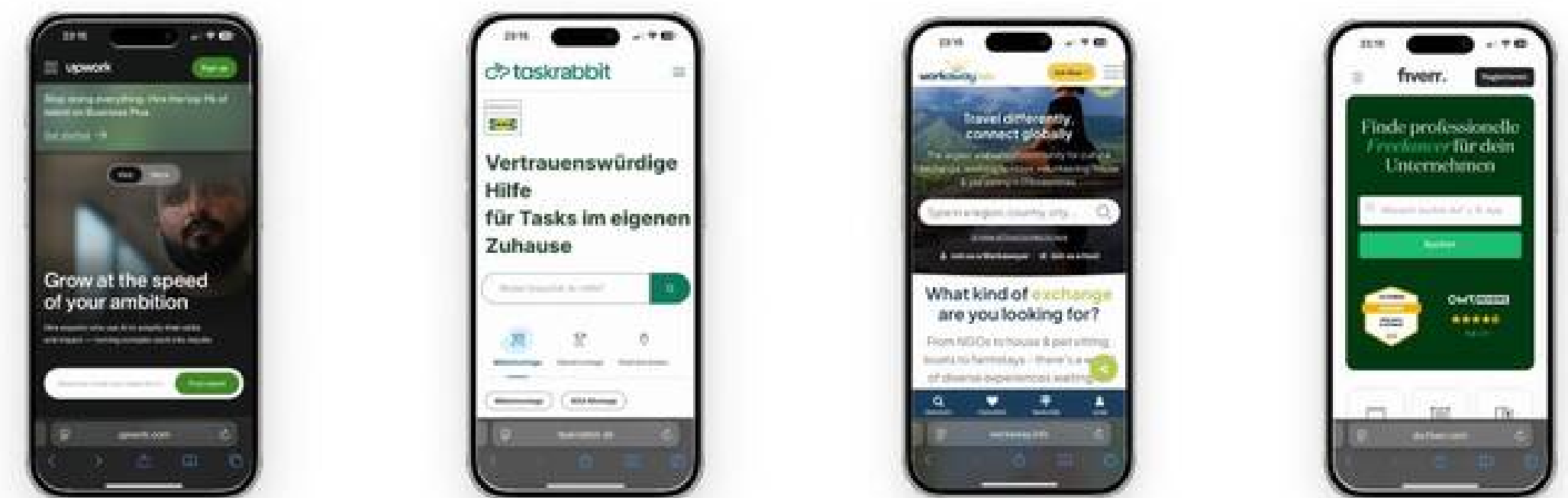
- wenig kreative Projekte
- wenig standardisiert
- Professionalität ausbaufähig

Analyse: Ergebnis

Der Vergleich der vier Plattformen anhand der definierten Kriterien zeigt deutliche Unterschiede, aber auch eine gemeinsame Lücke. Upwork und Fiverr überzeugen bei **Projekt- und Aufgabenvielfalt, Informationsklarheit** und **Vertrauen & Professionalität** durch klare Strukturen und ausgereifte Bewertungssysteme. Genau hier liegt jedoch auch ihre Schwäche: Beide fokussieren sich stark auf **monetäre Vergütung** und stehen unter **Wettbewerbs- und Preisdruck**. TaskRabbit punktet mit **Übersichtlichkeit**, Nutzerführung und **lokalem** Bezug, vermittelt aber vor allem **kurzfristige**, praktische Dienstleistungen mit geringer Kreativvielfalt. Workaway setzt als Einziges auf Erfahrung und einen hohen **Adventure- und Motivationsfaktor**, konzentriert sich dabei jedoch auf Reisen, Unterkunft und Mithilfe statt auf kreative, projektbezogene Zusammenarbeit. Über alle Anbieter hinweg fehlt ein durchgängig **lokaler, kreativer Fokus** sowie ein **echtes Motivations-** und Adventure-Gefühl. Viele wirken zudem standardisiert und anonym.

Daraus ergibt sich eine klare Marktlücke: eine Plattform, die **kreative Leistungen** nicht ausschließlich über Geld definiert, sondern auf **gegenseitigem Austausch, individuellem Mehrwert** und einem **motivierenden Erlebnis** basiert.

Gerade im kreativen und lokalen Kontext können alternative Gegenleistungen attraktiv sein, etwa kostenlose Übernachtungen, Gutscheine, Verpflegung, Sichtbarkeit, Erfahrung oder neue Kontakte. Denkbar wäre zum Beispiel, Fotos für ein Airbnb zu erstellen und dafür kostenlos zu übernachten. Genau hier setzt meine App an: Sie **fördert projektbasierte kreative Zusammenarbeit**, Skill-Austausch und erlebnisorientierte **Gegenleistungen**. Durch den bewussten **lokalen Fokus** und ihren Adventure-Charakter hebt sie sich klar von klassischen Freelance- und Serviceplattformen ab und schafft eine Vernetzung, die persönlicher, zugänglicher und motivierender ist, ein Aspekt, den die analysierten Konkurrenten bislang kaum gezielt anbieten.



Umfrage

Um meine Hypothesen **quantitativ** zu **validieren**, habe ich eine gezielte Online-Umfrage durchgeführt. Diese Methode ermöglichte es mir, ein klares Bild über das **tatsächliche Nutzungsverhalten** und die bevorzugten Plattformen der Zielgruppe zu gewinnen. Die Ergebnisse bestätigen die Relevanz einer zentralen, ortsnahen **Lösung** und bilden die statistische Grundlage für die Priorisierung der wichtigsten App-Funktionen.

Umfrage



Allgemeine Infos

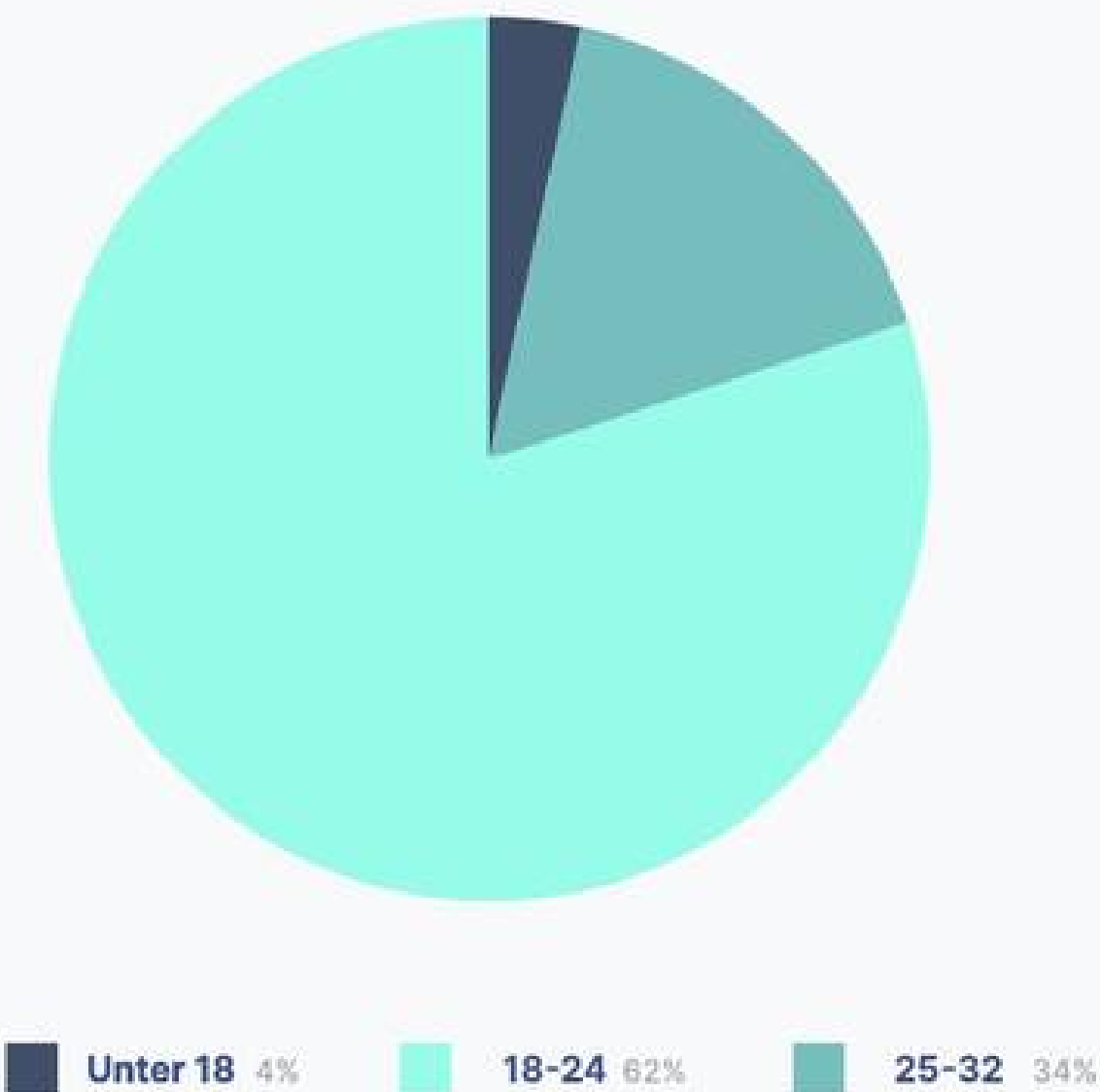
Die Umfrage umfasste **11 Fragen** und wurde im **März 2026** durchgeführt. Insgesamt nahmen **47 Personen** teil. Sie richtete sich gezielt an **kreativ interessierte** Nutzer*innen, also an genau jene Menschen, die später auf der Plattform aktiv werden sollen, sei es als Designer*innen, Fotograf*innen oder Kreativschaffende aus dem Handwerk. Verbreitet wurde die Umfrage über **Instagram** und **WhatsApp**, um die Zielgruppe möglichst direkt in ihrem gewohnten digitalen Umfeld zu erreichen. Die Teilnahme dauerte pro Person etwa **3 bis 5 Minuten** und erfolgte **anonym** und freiwillig.

Ziel der Umfrage war es, ein **fundierte Verständnis** für die Bedürfnisse, Erwartungen und Pain Points der kreativen Zielgruppe zu gewinnen. Im Fokus stand die Frage, was sich kreative Nutzerinnen und Nutzer von einer solchen Plattform tatsächlich **wünschen**, welche **Funktionen** für sie im Alltag relevant sind und welche **Hürden** sie bei der Suche nach passenden Projekten aktuell erleben.

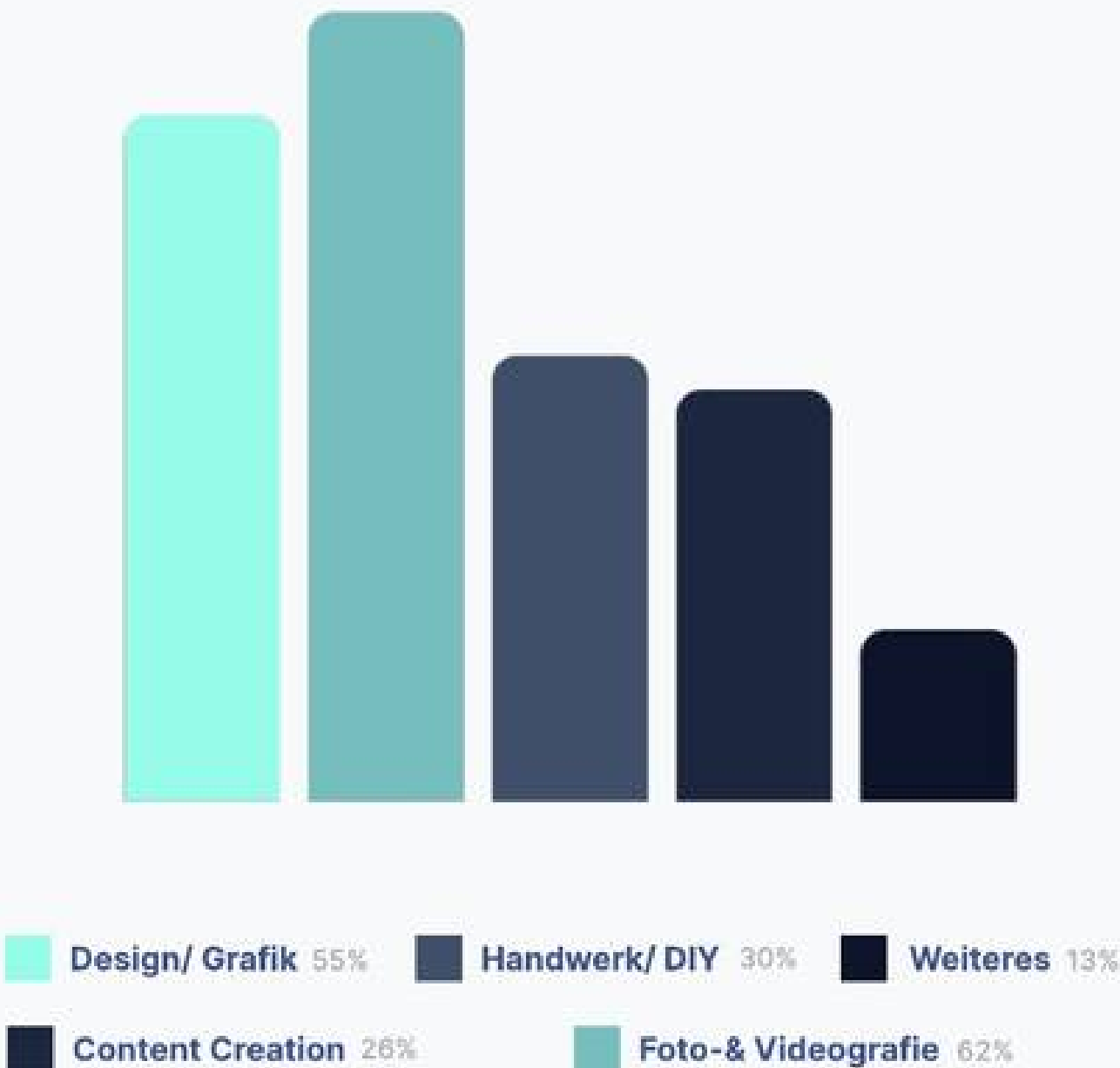
Die gewonnenen Erkenntnisse bilden damit eine zentrale Grundlage für die weitere Ausrichtung und Gestaltung des Angebots.

Umfrage

In welche Altersgruppe fällst du?



In welchem kreativen Bereich bist du tätig?

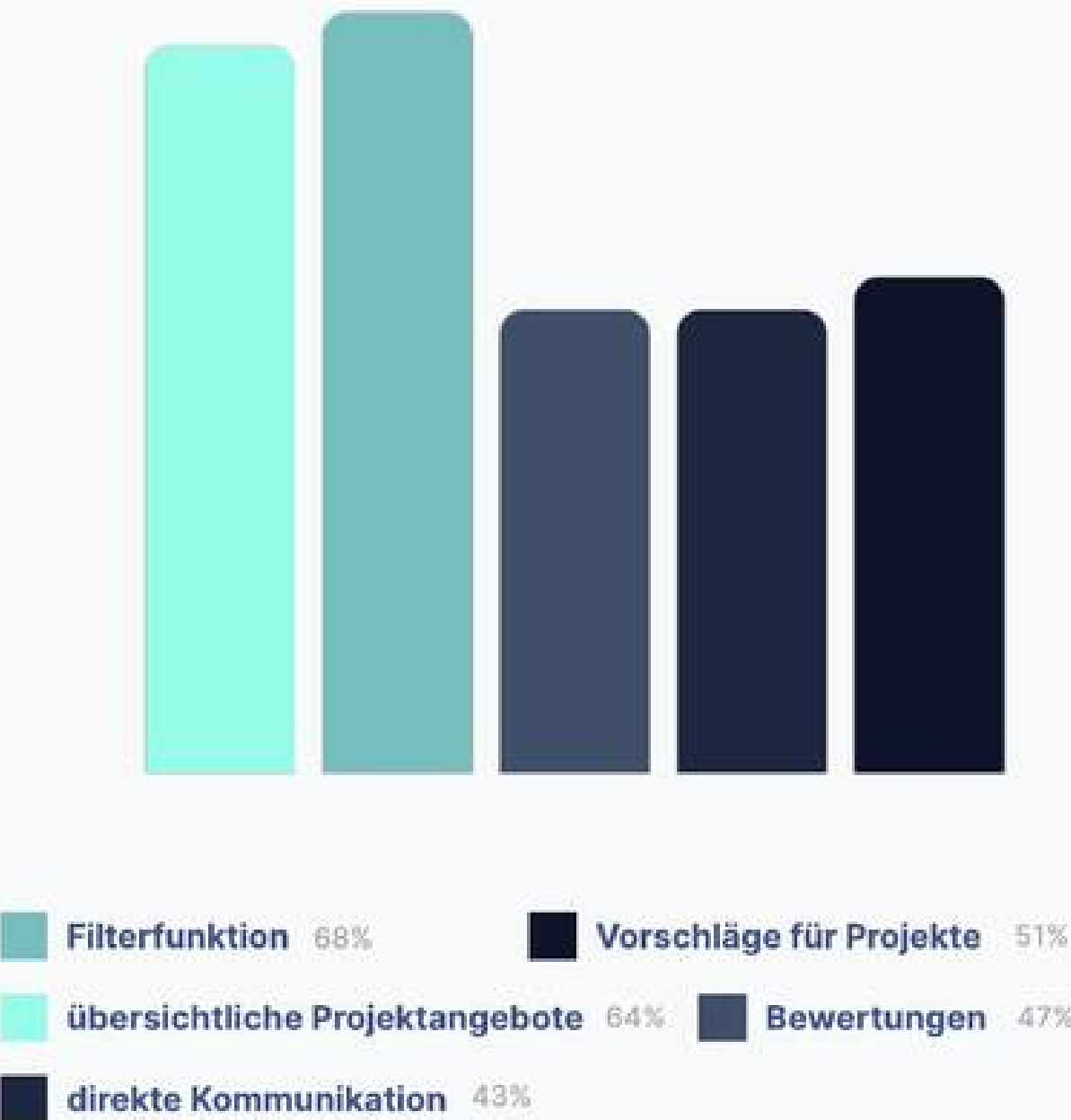


Was motiviert dich bei der Annahme von Projekten?

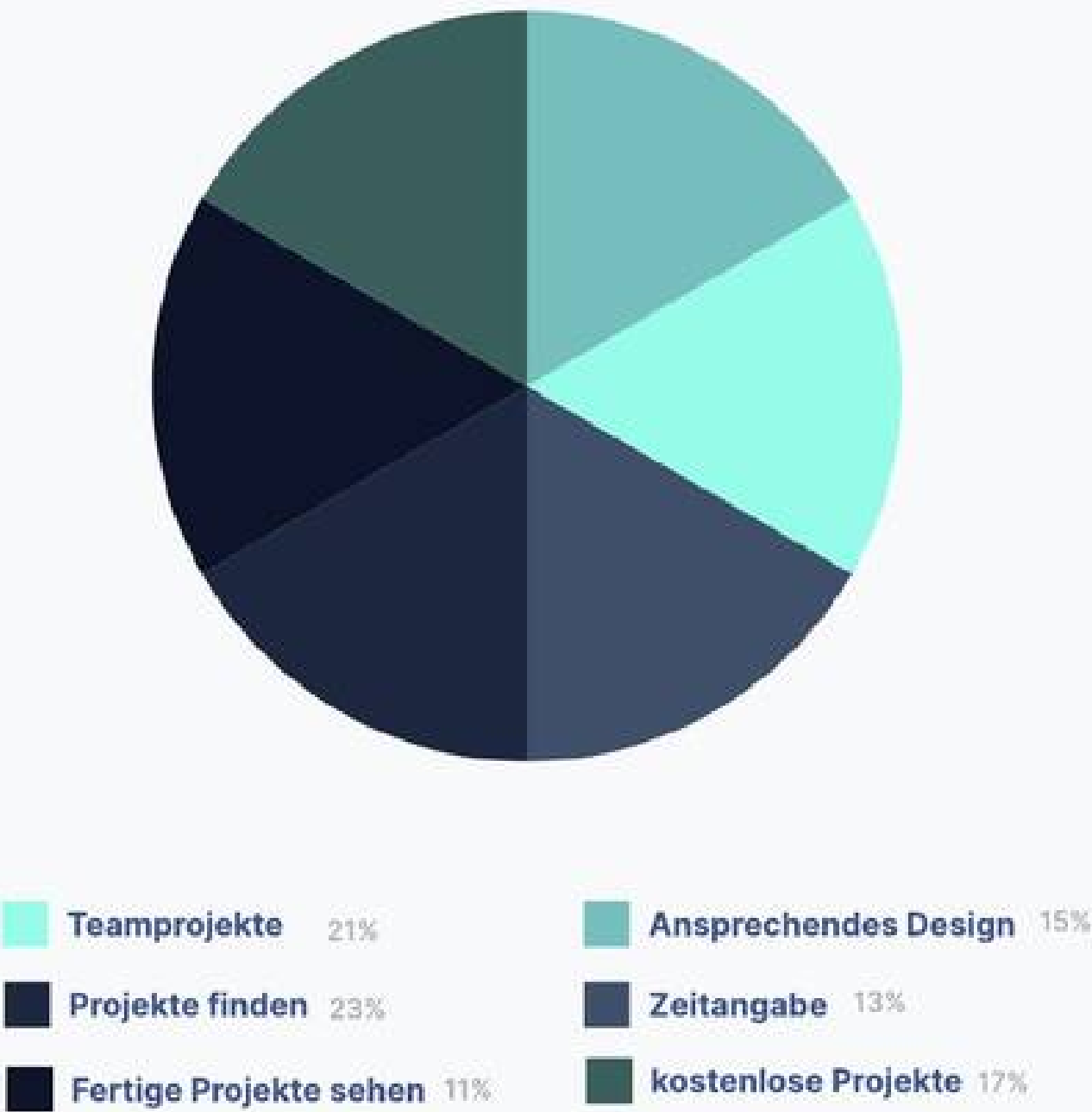


Umfrage

Welche Funktionen wünschst du dir von einer solchen Plattform?



Was würdest du dir sonst noch wünschen?



Welche Art von Projekten interessiert dich?



Umfrage: Auswertung



Auswertung

Die Auswertung zeigt ein klares Bild der Zielgruppe. Die Teilnehmenden sind überwiegend **jung**, ein Großteil ist zwischen **18 und 24 Jahren** alt, ergänzt durch die Altersgruppe der **25- bis 32-Jährigen**. Es handelt sich also um eine **digitalaffine, kreativ** orientierte Generation, die mit Plattformen und sozialen Medien bestens vertraut ist.

Tätig sind die Befragten vor allem in den Bereichen Fotografie und Videografie sowie Design, Grafik und Illustration, gefolgt von Handwerk und Content Creation. Als **zentrale Motivation** für die Annahme von Projekten steht dabei nicht allein die Bezahlung im Vordergrund. Am häufigsten wurde die kreative Herausforderung genannt, dicht gefolgt von der fairen Vergütung sowie dem Wunsch, Erfahrung zu sammeln und das eigene Portfolio aufzubauen. Auch das Knüpfen von Kontakten spielt eine wichtige Rolle.

Bei den **gewünschten Funktionen** zeigt sich ein deutlicher Bedarf an **Struktur** und **Orientierung**. Eine **Filterfunktion** und übersichtliche Projektangebote wurden am häufigsten gefordert, ergänzt durch **passende Projektvorschläge**, Bewertungen und eine direkte Kommunikationsmöglichkeit. Hinsichtlich des Projektumfangs bevorzugt die Mehrheit **kurzfristige**, kleinere Aufgaben, während mittel- und langfristige Projekte seltener gefragt sind.

Zusammenfassend bestätigt die Umfrage den zentralen Bedarf. Die kreative Zielgruppe sucht eine übersichtliche, **unkomplizierte** Plattform, die **schnell** passende Projekte vermittelt, faire Bedingungen bietet und zugleich Raum für **kreative Entfaltung** und den Aufbau des eigenen Profils lässt.

Personas	29
Use Case & User Story	32
Jobs to be Done	37
Interview	38
Vision	41

Define.



Personas

Aus den Erkenntnissen der Zielgruppenanalyse und der Umfrage habe ich zwei Personas entwickelt, die die **zentralen Nutzertypen** von Temova greifbar machen: Lauri als Creator und Marco als Client. Beide fassen **typische Bedürfnisse**, Motivationen und Herausforderungen zusammen und dienen als **Bezugspunkt** für alle folgenden Design-Entscheidungen.

Persona: Lauri



Kurzbeschreibung

Lauri ist **21 Jahre** alt, **studiert** Design und gehört zu einer jungen, weltoffenen und abenteuerlustigen Zielgruppe. Als Designstudentin arbeitet sie neben dem Studium bereits an kleineren **Designprojekten**, um **praktische Erfahrung** zu sammeln, ihre Fähigkeiten **weiterzuentwickeln**, eigene Ideen umzusetzen und ihr Portfolio auszubauen. Sie ist kreativ, neugierig und offen für neue Möglichkeiten, durch die sie sich sowohl beruflich als auch persönlich weiterentwickeln kann.

Ziele

Lauri möchte kreative Projekte in ihrer **direkten Umgebung** finden, dabei **praktische Erfahrung** sammeln und **Kontakte** zu potenziellen Auftraggeber*innen knüpfen, um sich beruflich Schritt für Schritt ein Netzwerk aufzubauen.

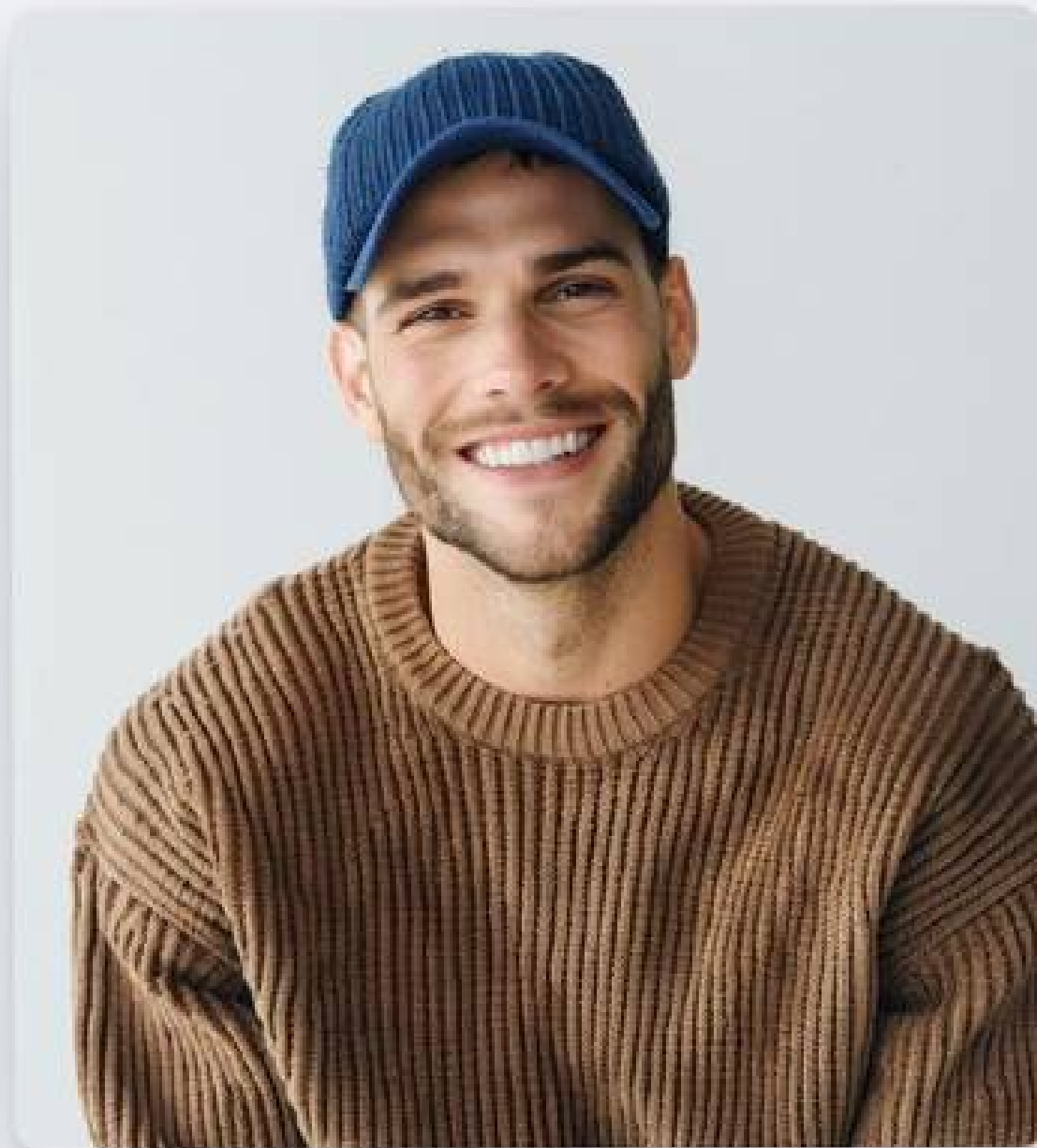
Bedürfnisse

- Plattform für kreative Projekte mit lokalem Bezug
- einfache Präsentation ihres Portfolios
- flexible Projektarbeit

Frustrationen

- viele Plattformen sind stark kompetitiv und anonym
- schwer sichtbar zu werden
- Projekte entstehen oft nur über persönliche Kontakte

Persona: Marco



Kurzbeschreibung

Marco ist **32 Jahre** alt, betreibt ein kleines **Café** und gehört zu einer weltoffenen und abenteuerlustigen Zielgruppe. Als Cafébesitzer ist er immer wieder auf **flexible Unterstützung** angewiesen, zum Beispiel in den Bereichen Social Media, Fotografie oder Design. Dabei sucht er nach **kreativen Menschen**, die ihn punktuell bei der Außenwirkung seines Cafés **unterstützen** und frische Ideen mitbringen.

Ziele

Marco möchte für sein Café **professionelle** kreative **Inhalte** erhalten und dabei flexibel **unterstützt** werden, ohne sich langfristig binden zu müssen. Ihm geht es um **punktueller Hilfe**, die zum Rhythmus seines Geschäfts passt.

Bedürfnisse

- schnelle Suche nach Talenten
- transparente Preise und Fähigkeiten
- unkomplizierte Kontaktaufnahme

Frustrationen

- Agenturen sind oft zu teuer
- Freelancer*innen schwer zu finden
- wenig Zeit für lange Recherche

Use Case & User Story

Um die **Anforderungen aus Nutzersicht zu konkretisieren und funktionale Abläufe greifbar** zu machen, habe ich Use Cases und User Stories entwickelt. Diese Methode half mir dabei, **komplexe Interaktionen** in klare, umsetzbare Arbeitspakete zu **übersetzen** und den Fokus konsequent auf den **Mehrwert** für die Nutzer*innen zu legen.

Das Ergebnis zeigte, dass Creators und Clients unterschiedliche Anforderungen an die Plattform stellen. Diese Erkenntnisse bildeten die Grundlage für die spätere Informationsarchitektur sowie die Priorisierung der wichtigsten Funktionen.

Use Case: Lauri



Ziele

- kreative Projekte finden
- praktische Erfahrung sammeln
- Kontakte zu potenziellen Auftraggeber*innen knüpfen

Auslöser

Lauri sucht nach einer Möglichkeit, ohne bestehende Kontakte an **reale** kreative **Projekte** zu gelangen und dabei Erfahrungen zu sammeln.

Ablauf

Lauri **öffnet** die **App**, **erstellt** ihr **Profil** mit Steckbrief, Projekten und Skills, durchsucht passende Projektangebote, filtert nach ihren Interessen und Verfügbarkeiten, **bewirbt** sich auf ein Projekt und nimmt **Kontakt** zu potenziellen Auftraggeber*innen auf.

Ergebnis

Lauri **findet** ein **passendes kreatives Projekt**, sammelt praktische Erfahrung und erweitert ihr Netzwerk durch einen direkten, **zugänglichen Einstieg** in die kreative Projektarbeit. Durch die realen Projekte kann sie ihr privates **Portfolio erweitern**. Sie ist begeistert von der App und empfiehlt sie ihren Mitstudierenden weiter.

User Story: Lauri



“

Als Designstudentin möchte ich über eine App einfach passende kreative Projekte entdecken, mein Portfolio präsentieren und mit potenziellen Auftraggeber*innen in Kontakt treten, so dass ich praktische Erfahrung sammeln und mein berufliches Netzwerk aufbauen kann.

Use Case: Marco



Ziele

- kreative Unterstützung finden
- Projekte effizient umsetzen
- passende Creators entdecken
- flexible Zusammenarbeit ermöglichen

Auslöser

Marco hat eine **kreative Projektidee** und Aufgabe, ihm **fehlen** jedoch die passenden kreativen **Skills** und **Kontakte** zur Umsetzung. Deshalb begibt er sich auf die Suche nach einer passenden Möglichkeit und findet bei der **Recherche** die App **Temova**.

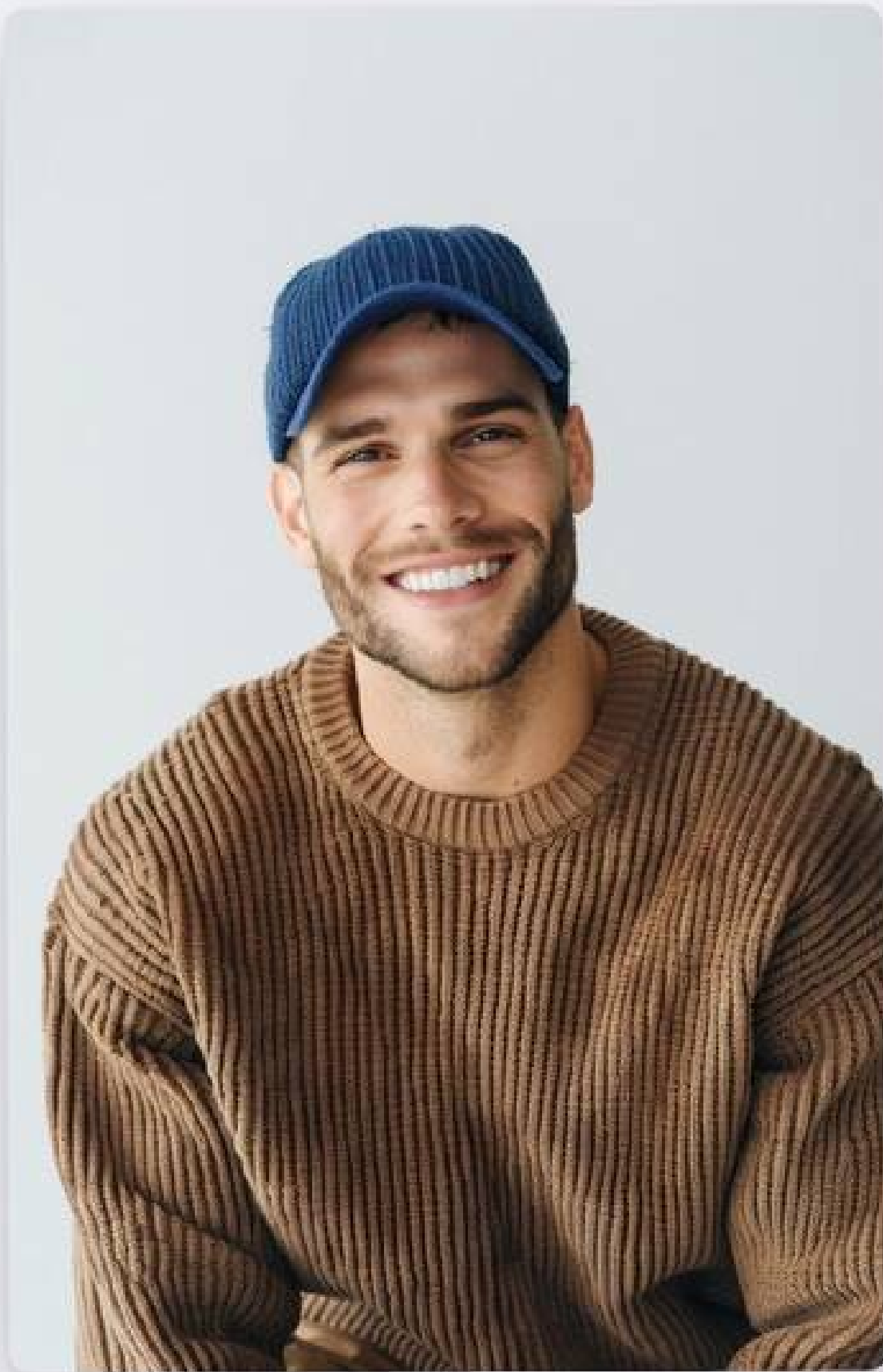
Ablauf

Marco **lädt** sich die App **herunter**, legt ein Konto an und erstellt ein **Projekt** mit Beschreibung, Anforderungen und Zeitrahmen. Er **durchsucht** passende **Profile**, vergleicht potenzielle Creators und nimmt Kontakt zu geeigneten Kandidat*innen auf, um die **Zusammenarbeit** zu starten.

Ergebnis

Marco findet **passende kreative Unterstützung**, sein Projekt wird unkompliziert und flexibel **umgesetzt**. Nach dem Projekt bleibt er mit der kreativen Unterstützung in **Kontakt** und beauftragt sie mehrmals für weitere, kleinere Projekte.

User Story: Marco



“

Als Projektinitiator möchte ich über eine App passende kreative Menschen für meine Ideen finden, Anforderungen klar kommunizieren und unkompliziert in Kontakt treten, sodass ich meine Projekte effizient umsetzen kann.

Jobs to be Done

	Wenn ich...	will ich...	So kann ich...
	als Designstudentin nach neuen Projekten suche, neue Projekte suche, an Projekten arbeite,	schnell passende kreative Auftraggeber*innen oder Projekte finden. erkennen, ob ein Projekt zu meinem Skill-Level und Stil passt. gezielt Erfahrungen in unterschiedlichen Designbereichen sammeln.	praktische Erfahrung sammeln und mein Portfolio erweitern. die Zeit effektiv nutzen, um passende Aufgaben zu finden. mich als Designerin weiterentwickeln und mein Portfolio diversifizieren kann.
	Hilfe bei Social Media für mein Café brauche, jemanden gefunden habe, der mir gefällt, Unterstützung für mein Café brauche,	schnell passende kreative Freelancer*innen finden. ihn direkt und unkompliziert kontaktieren können. kreative Menschen finden, die offen für einen fairen Leistungstausch sind.	mein Geschäft professionell präsentieren, ohne lange suchen zu müssen. schnell ein Projekt starten, ohne komplizierte Prozesse. mein Café professionell präsentieren, ohne Geld investieren zu müssen.

Interview

Um tiefere **qualitative Einblicke** in die persönlichen Erfahrungen und Herausforderungen potenzieller Nutzer*innen zu gewinnen, habe ich ein gezieltes **Nutzergespräch** geführt. Dieser direkte Austausch ermöglichte es mir, **individuelle Barrieren** und **Motivationsfaktoren** beim Skill-Sharing im Detail zu verstehen. Das Interview habe ich bewusst nach der quantitativen Umfrage geführt, um die statistischen Muster qualitativ zu vertiefen und die abgeleiteten Personas an einem **realen Nutzer zu schärfen**.

Die Erkenntnisse **bestätigten** zentrale Annahmen aus den Personas und zeigten zusätzlich, wie wichtig Vertrauen, Inspiration und unkomplizierte Zusammenarbeit für die Zielgruppe sind. Diese Aspekte wurden im weiteren Designprozess gezielt berücksichtigt.

Interview: Jonas Degener



Potenzieller Nutzer

Jonas Degener ist **24 Jahre** alt und kreativ im Bereich **Fotografie** mit Fokus auf Abenteuer, Reisen und Natur. Zusätzlich entwickelt er **Websites** und **Apps** und verbindet damit **kreative und technische Skills**.

Das Interview mit Jonas zeigt einen **vielschichtigen Nutzer**, der sich zwischen beruflicher Struktur und kreativer Entfaltung bewegt. Hauptberuflich denkt er strategisch und produktorientiert, kreative Projekte nutzt er bewusst als Ausgleich. Seine Motivation ist nicht finanziell getrieben, sondern beruht auf dem Wunsch, **Ideen umzusetzen** und sich **weiterzuentwickeln**. Besonders wichtig ist ihm der **Austausch** mit anderen, um zu lernen und eigenes Wissen weiterzugeben. Kreativität versteht er nicht als isolierte Tätigkeit, sondern als **kollaborativen Prozess**.

Trotz hoher Eigeninitiative scheitert er an konkreten Hürden: Ihm fehlen ergänzende Fähigkeiten wie Branding oder Content-Erstellung, während Zeit und Ressourcen begrenzt sind. Daraus entsteht ein Bedarf nach **flexibler Zusammenarbeit**, ohne in klassische, kostenintensive Auftragsstrukturen gedrängt zu werden. Jonas ist dabei ein **hybrider Nutzer**: Er sucht Unterstützung für eigene Vorhaben und will gleichzeitig seine Stärken, etwa Fotografie und digitale Produkte, in fremde Projekte einbringen. Damit steht Jonas beispielhaft für **beide Rollen** der Plattform: Als **Suchender** bringt er **Fähigkeiten** in fremde Projekte ein, als **Anbietender** vergibt er Aufgaben, für die ihm selbst Zeit oder **Kompetenz fehlt**. Diese Doppelrolle hat die Entscheidung für ein durchgängiges Creator/Client-Umschalten unmittelbar bestätigt.

Interview: Jonas Degener



“

Für mich sind kreative Projekte vor allem ein Raum, in dem ich aus meinem strukturierten Alltag ausbrechen kann. Dort geht es weniger um Perfektion oder Geld, sondern darum, mit anderen etwas auszuprobieren, Neues zu lernen und mich weiterzuentwickeln.

Vision

Um die Erkenntnisse aus der Define-Phase in ein **langfristiges Zielbild** zu überführen, nutze ich den Vision Cone. Er hilft dabei, verschiedene **Zukunftsszenarien** zu betrachten und daraus eine wünschenswerte Vision abzuleiten. Dadurch entstand ein **klares Zielbild**, an dem alle weiteren Designentscheidungen ausgerichtet wurden und das als Orientierung für die Entwicklung der Plattform diente.

Vision Cone

Gegenwart (Ausgangspunkt)

Kreative Zusammenarbeit entsteht heute meist **zufällig**, über persönliche Kontakte, Social Media oder globale, anonyme Plattformen. Passende Menschen und Projekte in der **eigenen Umgebung** finden nur **schwer** und ineffizient zueinander.

Möglich

Denkbar ist grundsätzlich **jede Form** der **Vermittlung**, von rein KI-gesteuerten Matching-Systemen bis zu vollständig anonymen, globalen Marktplätzen ohne persönlichen Bezug.

Wahrscheinlich

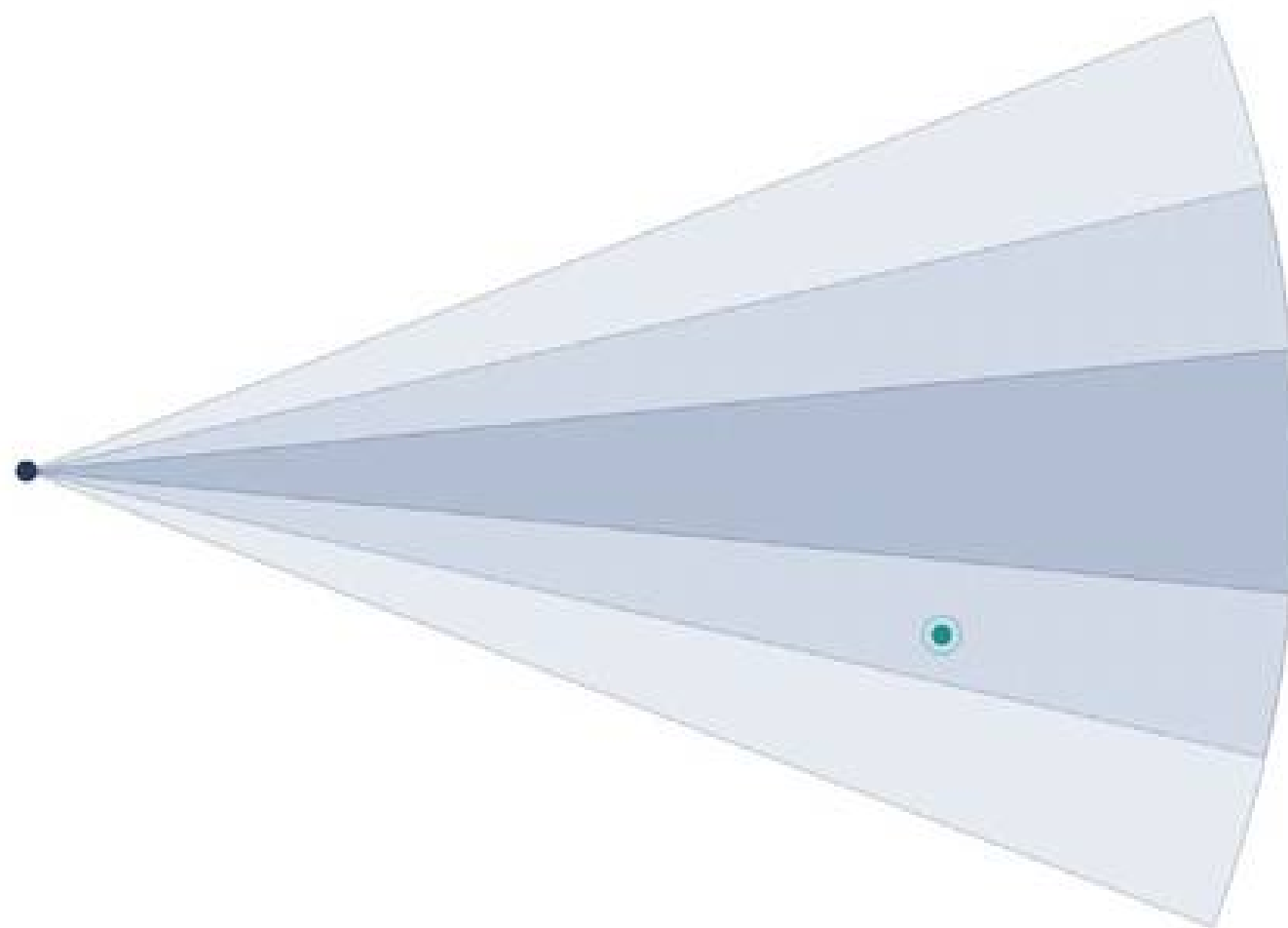
Bleibt alles beim Status quo, **dominieren** weiterhin **globale** und **preisgetriebene Plattformen**, während lokale, kreative und erlebnisorientierte Zusammenarbeit **unterversorgt** bleibt.

Plausibel

Realistisch ist, dass projektbasierte und ortsnahe Zusammenarbeit weiter **zunimmt** und digitale Plattformen dabei eine immer größere Rolle spielen.

Wünschenswert (Vision)

Eine Plattform, die **kreative Zusammenarbeit** lokal, persönlich und projektbasiert organisiert und Leistung nicht allein über Geld definiert. Ausformuliert im Vision Statement auf Seite 43.

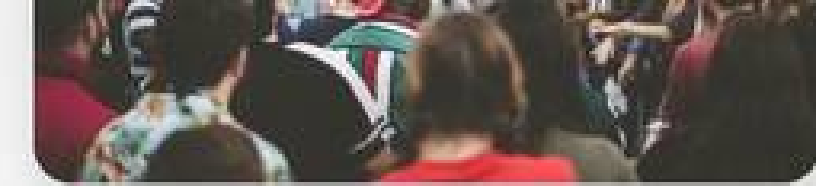


Vision Statement

Meine Vision ist es, eine Plattform zu schaffen, die kreative Menschen und Projektinitiatoren **zusammenbringt**, um einfach, **effizient** und **ohne** große **Hürden** an realen Projekten zu arbeiten. Creators sollen die Möglichkeit haben, passende **Projekte** zu **finden**, ihre **Fähigkeiten anzuwenden**, Erfahrungen zu sammeln und ihr Portfolio aufzubauen, während Clients **Unterstützung** für ihre Ideen erhalten, ohne auf klassische, kostenintensive Strukturen angewiesen zu sein.

Dabei soll ein **freier, projektbasierter Austausch** entstehen, der sowohl **kurzfristige** Zusammenarbeiten als auch **langfristige Verbindungen** ermöglicht. Die Plattform soll nicht nur funktionale Zusammenarbeit fördern, sondern auch dazu beitragen, dass Nutzer*innen neue **Erfahrungen** machen, sich **weiterentwickeln** und kreative Projekte als **persönliche „Abenteuer“** erleben.

Langfristig soll Temova zu einer **Plattform wachsen**, die kreative Zusammenarbeit nachhaltig unterstützt, eine aktive **Community fördert** und neue Möglichkeiten für lokale Projekte schafft. Dabei stehen Vertrauen, **Austausch** und gemeinsames Lernen im Mittelpunkt.



How Might We	45
Informationsarchitektur	47
Designprozess	52
Usability-Prinzipien	59

Ideate.



How Might We

Aus dem Problemstatement und den Erkenntnissen der Empathize-Phase habe ich „How Might We“-Fragen abgeleitet. Diese Methode übersetzt die **identifizierten Probleme** in offene, **lösungsneutrale Fragen** und öffnet so bewusst den Raum für viele mögliche Ideen, bevor ich mich auf eine Richtung festlege. Als Grundlage dienen mir die drei Design-Anker aus den W-Fragen (Vertrauen, Ortsnähe und Transparenz) sowie die in der Konkurrenzanalyse aufgedeckte Marktlücke: kreative Zusammenarbeit, die nicht allein über Geld funktioniert. Die Fragen bilden die **Brücke** von der Define-Phase in die konkrete Ideenfindung und stellen sicher, dass jede spätere Funktion auf einem realen Bedürfnis beruht.

How Might We

Ortsnähe & Auffinden

- Wie könnten wir Creators passende Projekte in ihrer **direkten Umgebung** zeigen, ohne dass sie lange aktiv suchen müssen?
- Wie könnten wir Clients helfen, kreative **Menschen** vor Ort zu **finden**, statt sich auf Zufall und persönliche Kontakte zu verlassen?

Vertrauen

- Wie könnten wir **Vertrauen** zwischen Fremden aufbauen, ohne den kompetitiven Bewertungsdruck großer Portale zu übernehmen?
- Wie könnten wir Fähigkeiten und bisherige Arbeiten **glaubwürdig** zeigen, auch ohne lange Referenzliste?

Motivation & Erlebnis

- Wie könnten wir die Projektsuche als **motivierendes Erlebnis** gestalten, statt als reine Auftragsvermittlung?
- Wie könnten wir das **Entdecken** von Projekten so anfühlen lassen wie das Entdecken von Reisezielen?

Transparenz von Leistung & Gegenleistung

- Wie könnten wir **Vergütung** fair und offen verhandelbar machen, statt starrer Festpreise und Preisdruck?
- Wie könnten wir **alternative Gegenleistungen** wie Unterkunft, Erfahrung oder Sichtbarkeit gleichwertig neben Geld darstellen?

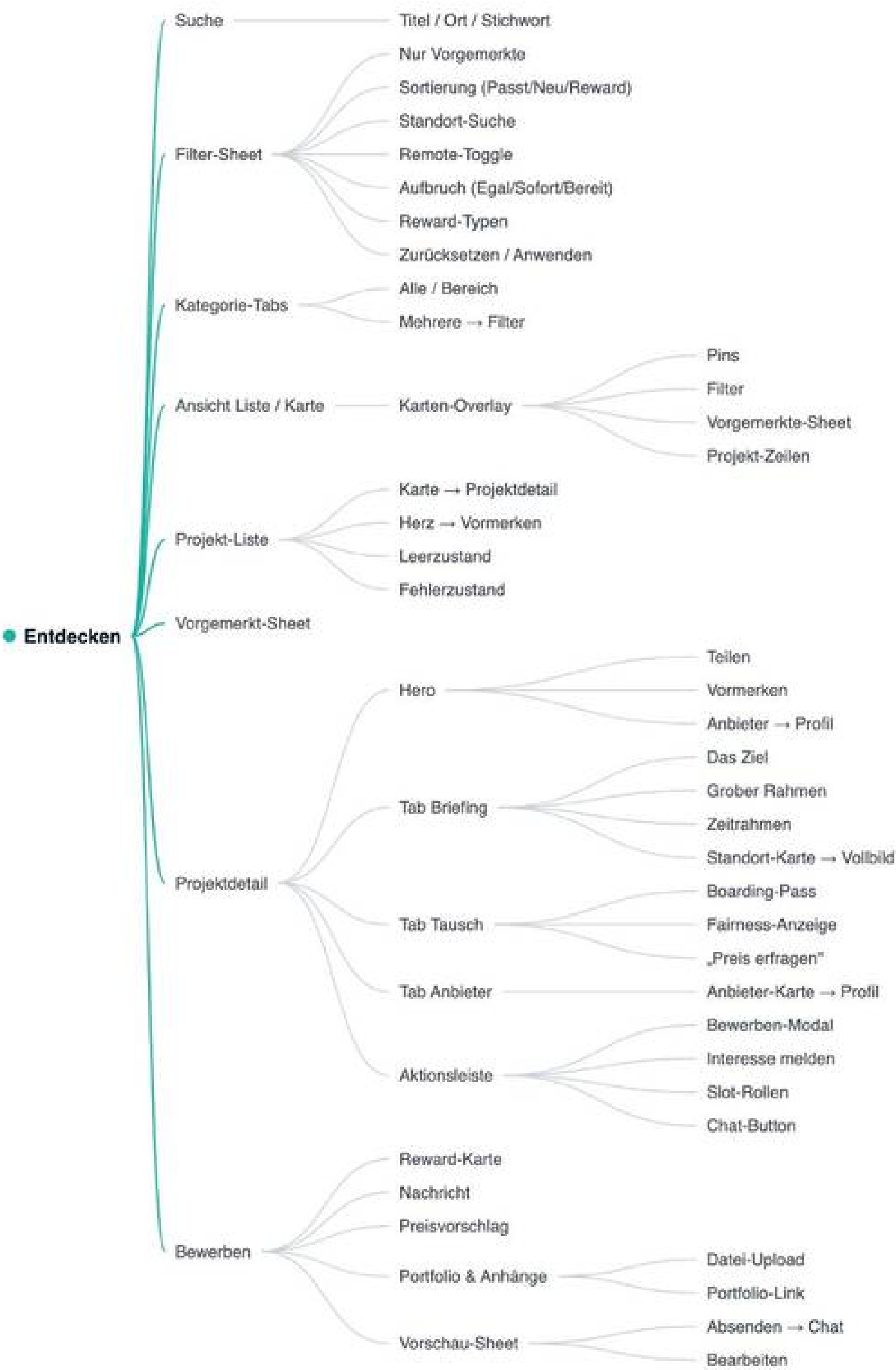


Informationsarchitektur

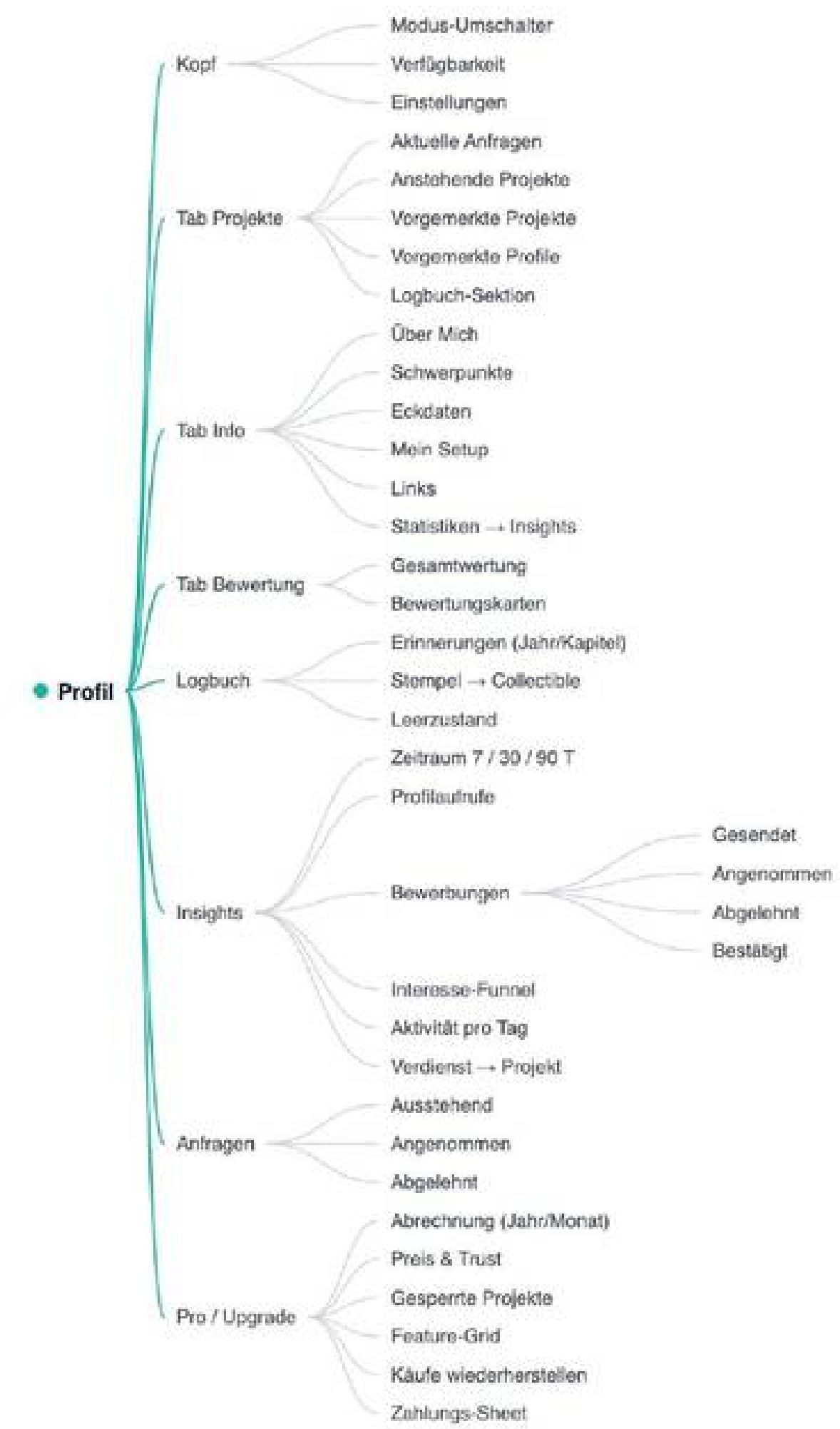
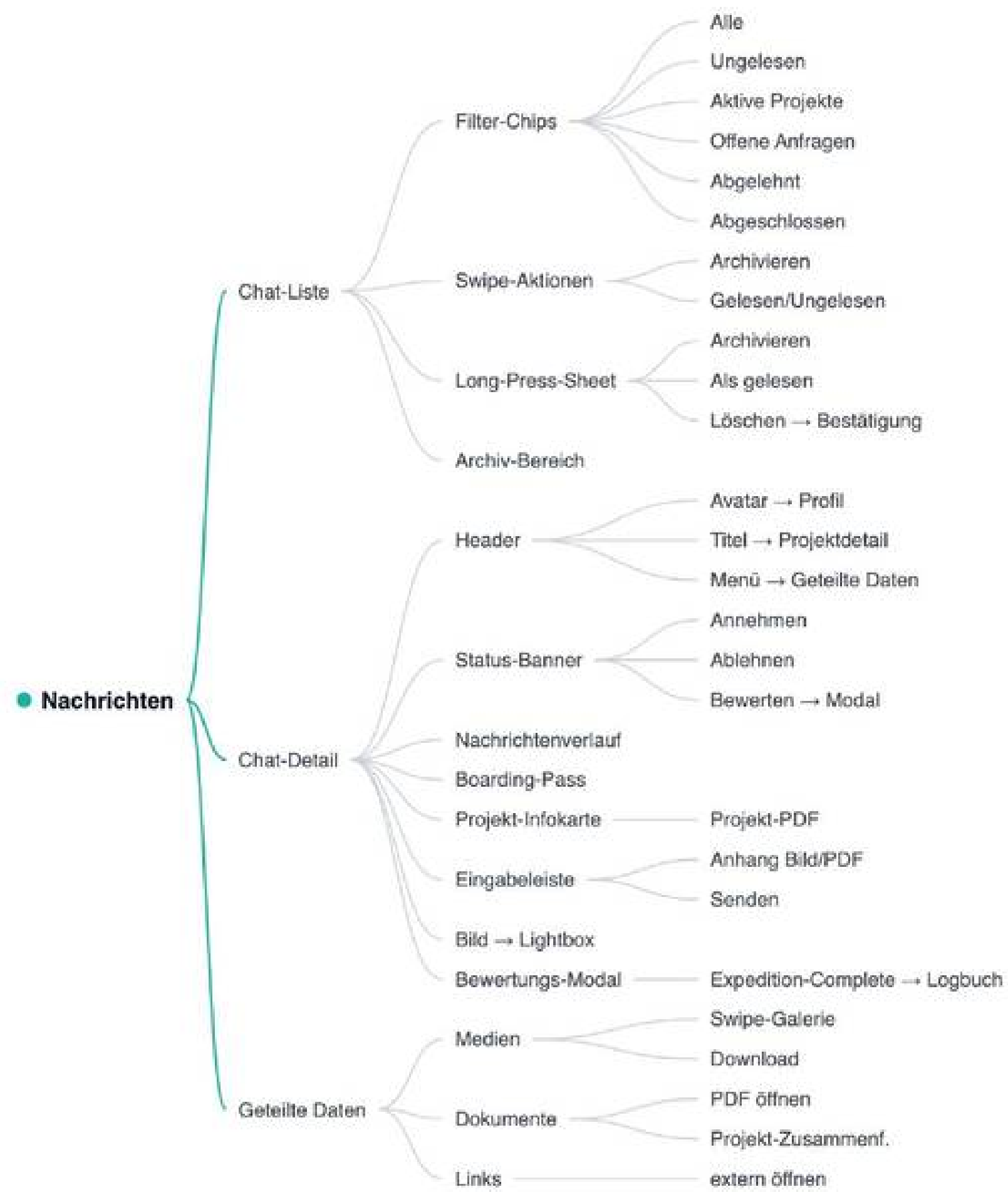
Um eine **intuitive Nutzerführung** sicherzustellen, habe ich die Informationsarchitektur entworfen und die **spezifischen Einstiegspunkte** für Clients und Creators definiert. Diese Struktur wurde im weiteren Projektverlauf kontinuierlich **validiert**, um die Logik der Navigationspfade zu bestätigen und Reibungsverluste zu minimieren.

Die entwickelte Struktur machte deutlich, welche Navigationspfade beide Nutzergruppen benötigen, und bildete die Grundlage für den Aufbau aller späteren Screens und User Flows.

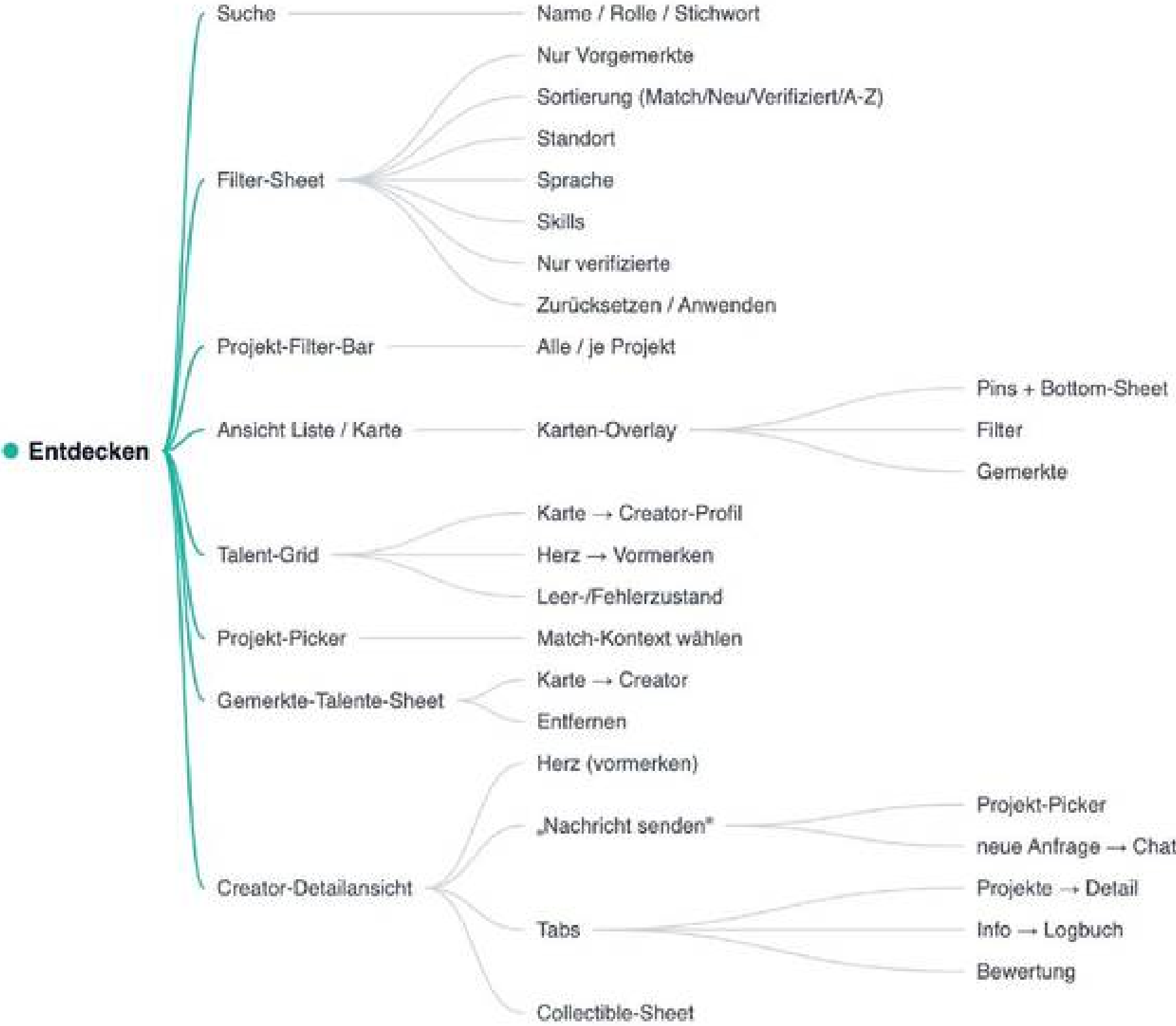
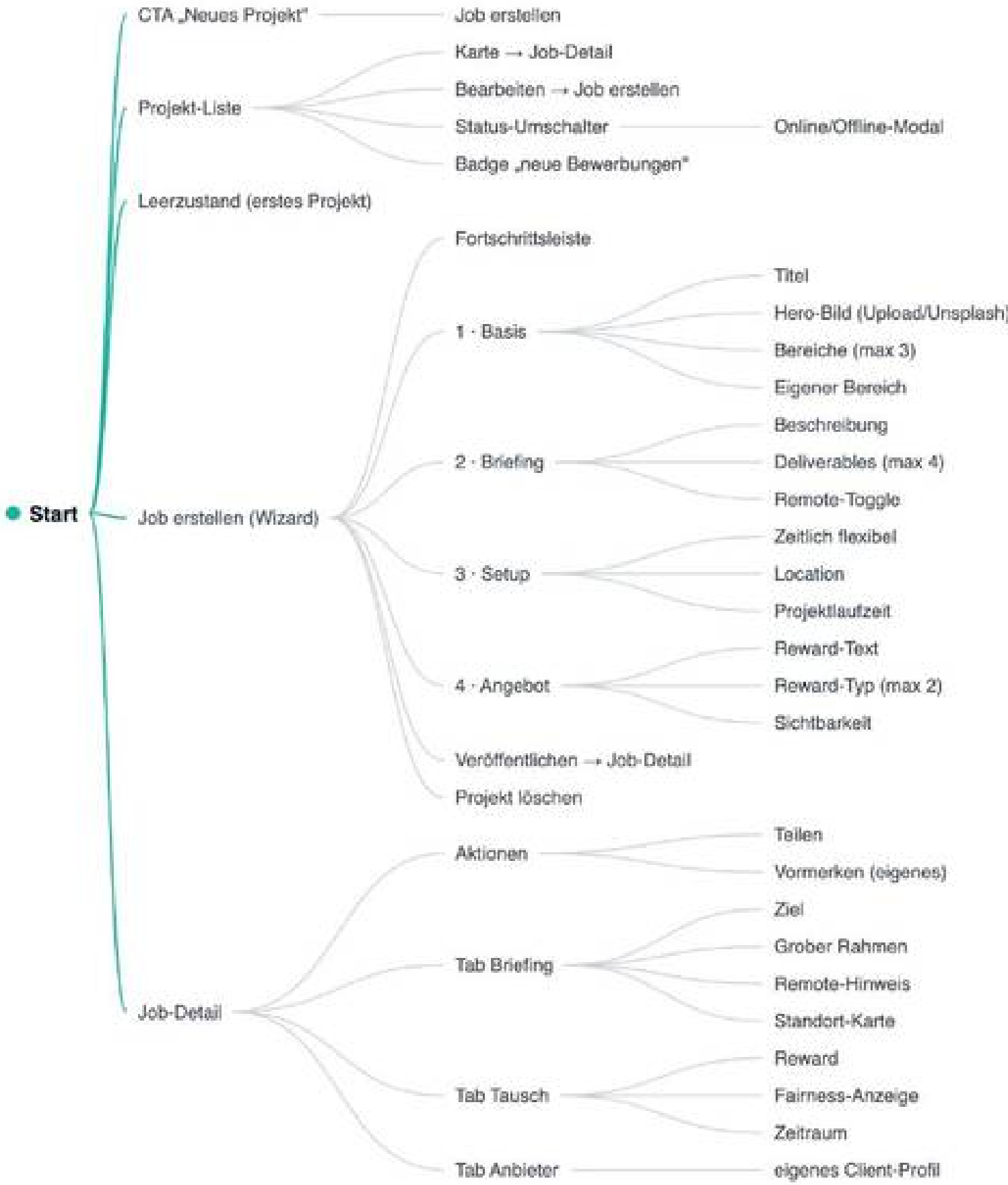
Creator-Modus



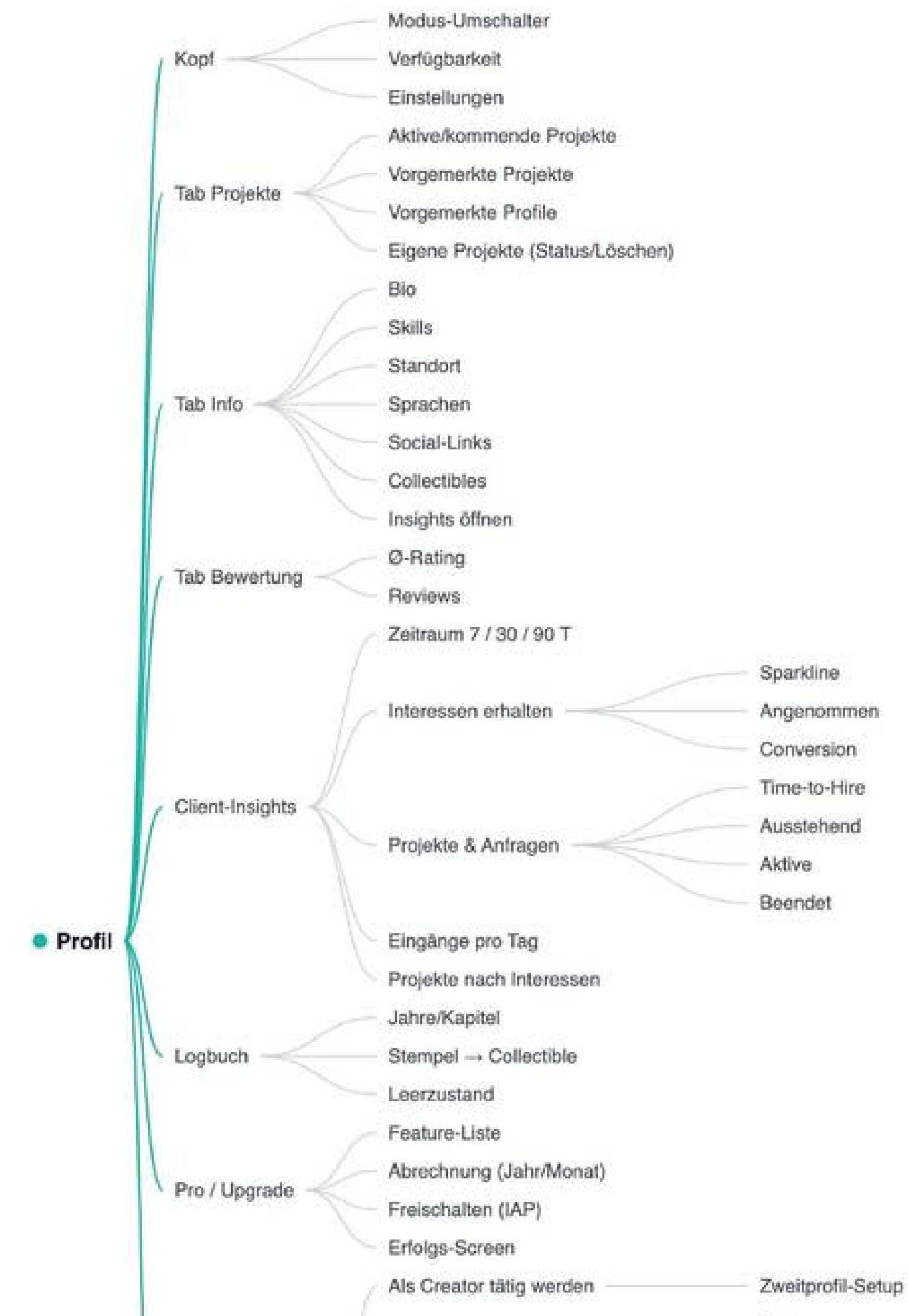
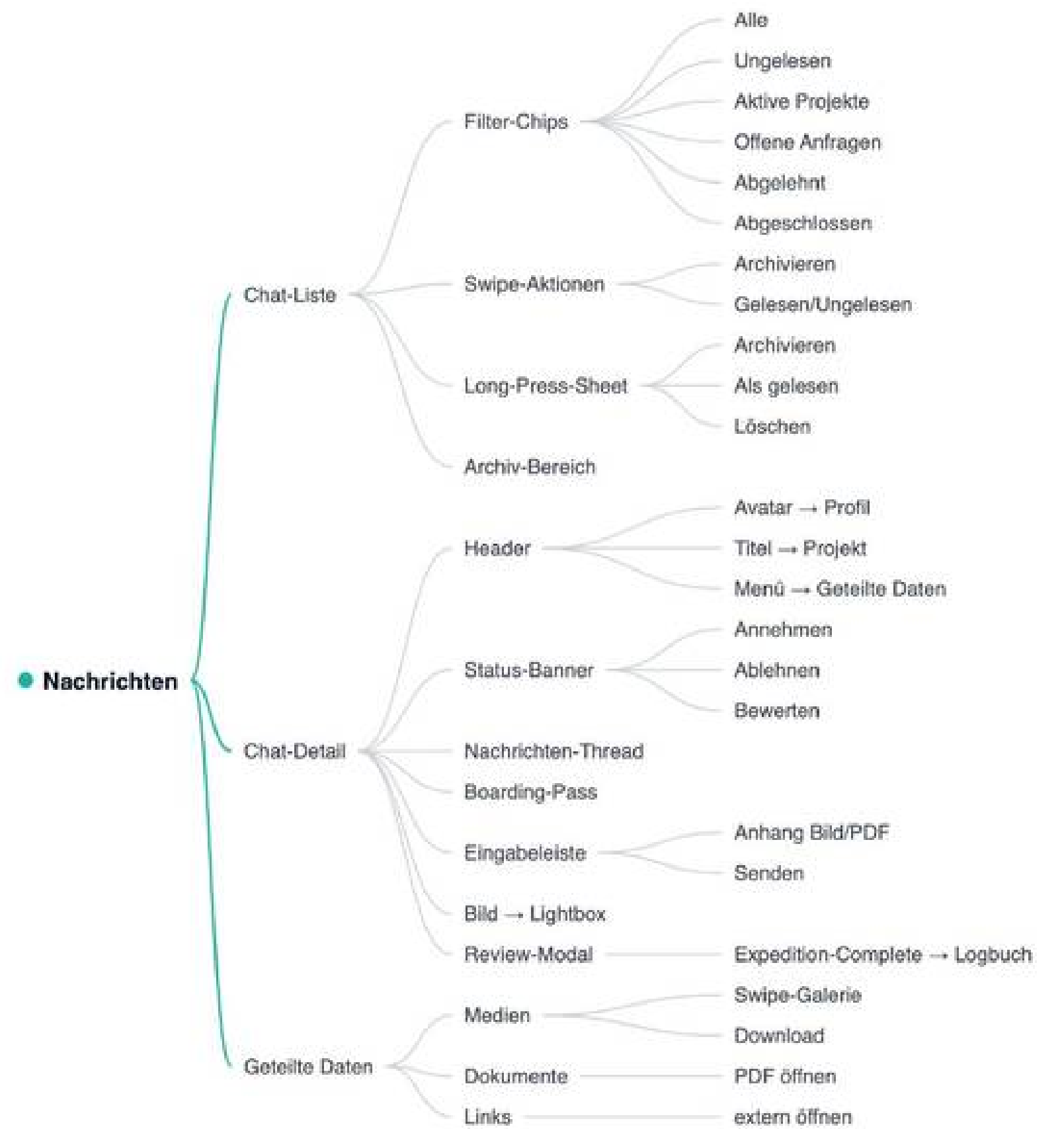
Creator-Modus



Client-Modus



Client-Modus



Designprozess

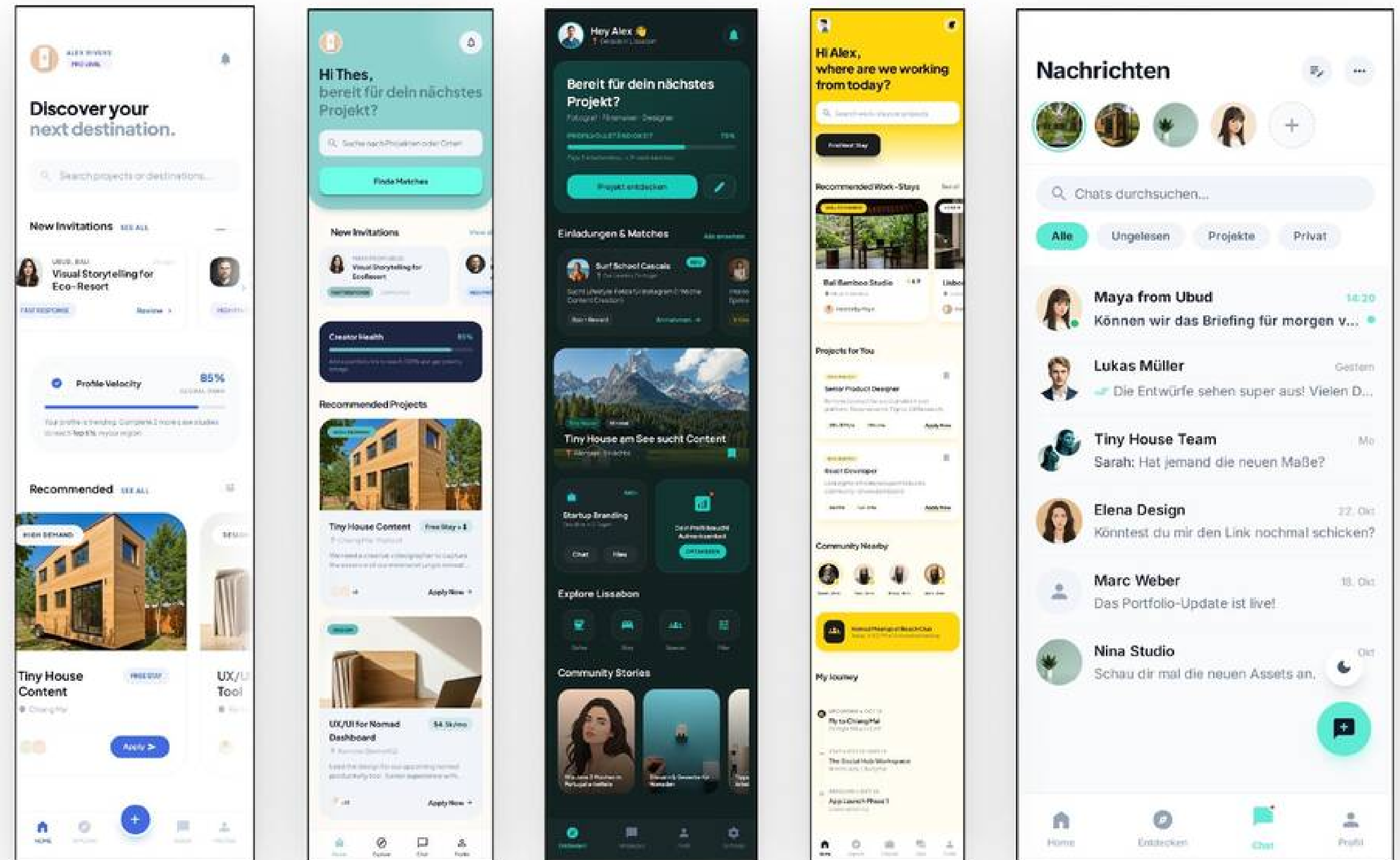
Aufbauend auf der Informationsarchitektur habe ich meinen Gestaltungsprozess bewusst **KI-gestützt** umgesetzt. Dabei testete ich verschiedene Werkzeuge und Workflows, um herauszufinden, welche sich für unterschiedliche Design- und Entwicklungsschritte am besten eignen. Die gewonnenen Erkenntnisse bildeten die Grundlage für den weiteren Aufbau des Prototyps.

Google Stitch

Vom Text zu ersten Oberflächen

Zu Beginn nutzte ich **Google Stitch**, um aus Textbeschreibungen erste **Interface-Ideen** zu generieren. Dadurch konnte ich innerhalb kurzer Zeit verschiedene **Layouts** und **Gestaltungsrichtungen** vergleichen, ohne zunächst eigene Screens entwerfen zu müssen.

Die generierten Designs dienten dabei weniger als fertige Lösung, sondern vielmehr als **Inspiration** für Aufbau, Bildsprache und Nutzerführung des späteren Prototyps.



Umsetzung im Code

Antigravity & Codex

Um meine Oberfläche weiter anzupassen, habe ich **Antigravity, Codex** und **Claude** ausprobiert. Dafür habe ich den **Code** aus Stitch direkt in die Tools **gezogen**, um das **Design weiterzuentwickeln**. Meine Änderungen habe ich über **Beschreibungen formuliert**, die anschließend direkt im Code umgesetzt wurden. So konnte ich einzelne **Screens** schnell **anpassen** und nach und nach auch zusammenhängende Abläufe und mehr Logik abbilden.

Claude Code

Von den getesteten Werkzeugen hat mich Claude Code am deutlichsten überzeugt, weshalb ich mich entschieden habe, meine gesamte App damit zu bauen. Anders als zuvor konnte ich die Anwendung hier als Ganzes denken, eine **einheitliche Gestaltung** konsequent durchziehen und auch **komplexere Funktionen** stabil umsetzen.

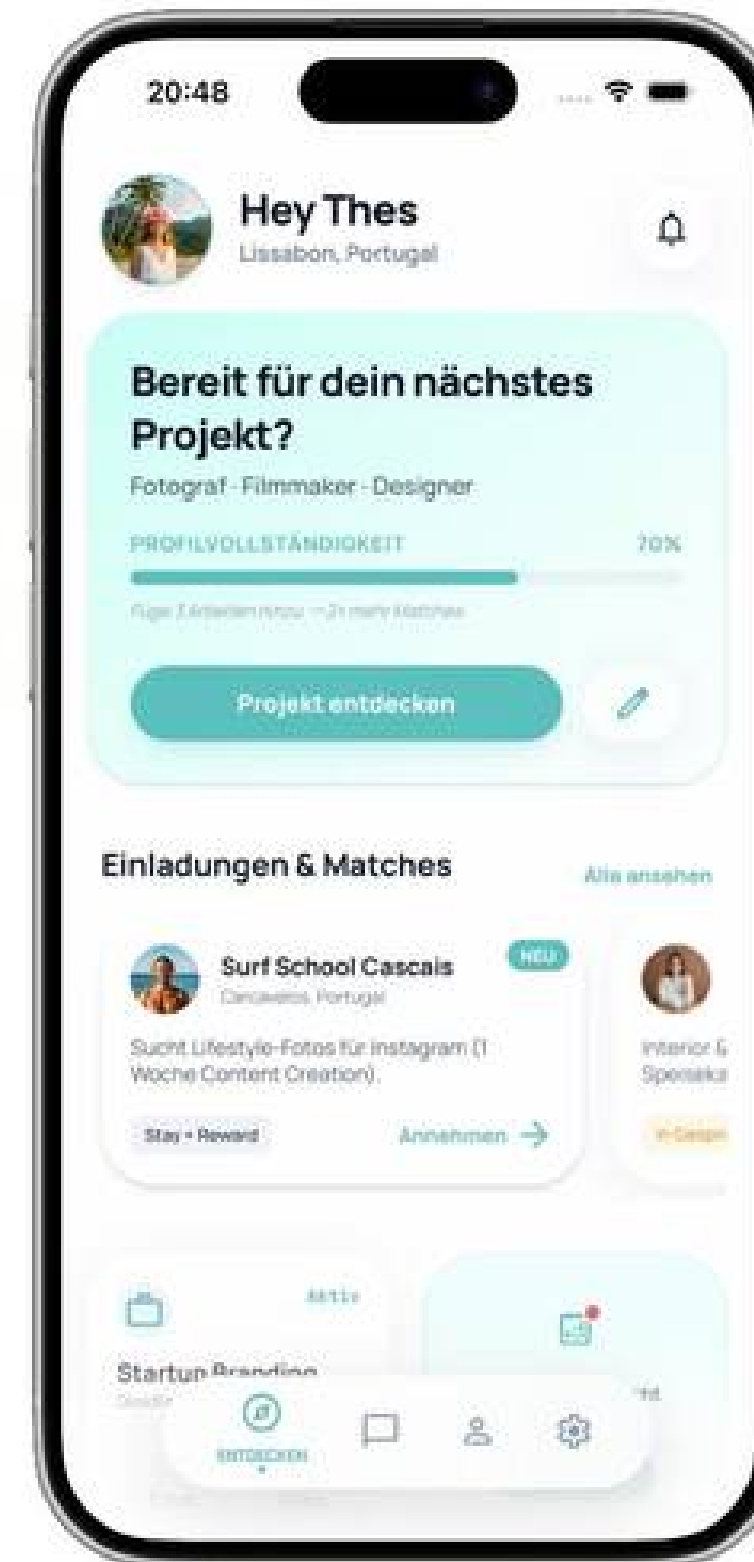
Aus den einzelnen Screens entwickelte sich schrittweise ein zusammenhängender, **interaktiver Prototyp**. Durch den **KI-gestützten** Workflow konnte ich Design, Interaktionen und funktionale Logik parallel weiterentwickeln und kontinuierlich verbessern.



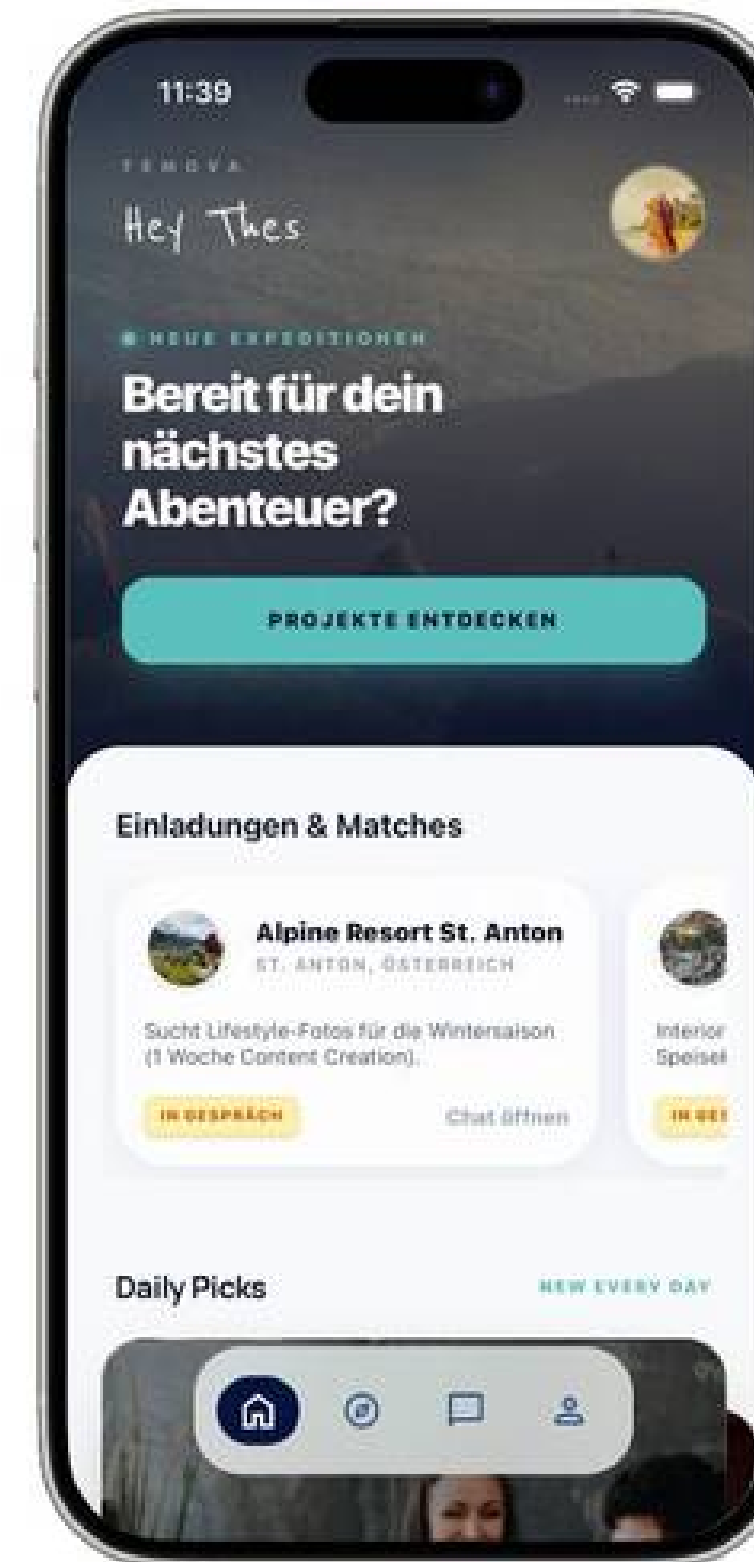
Entwicklung der Screens

Creator: Home

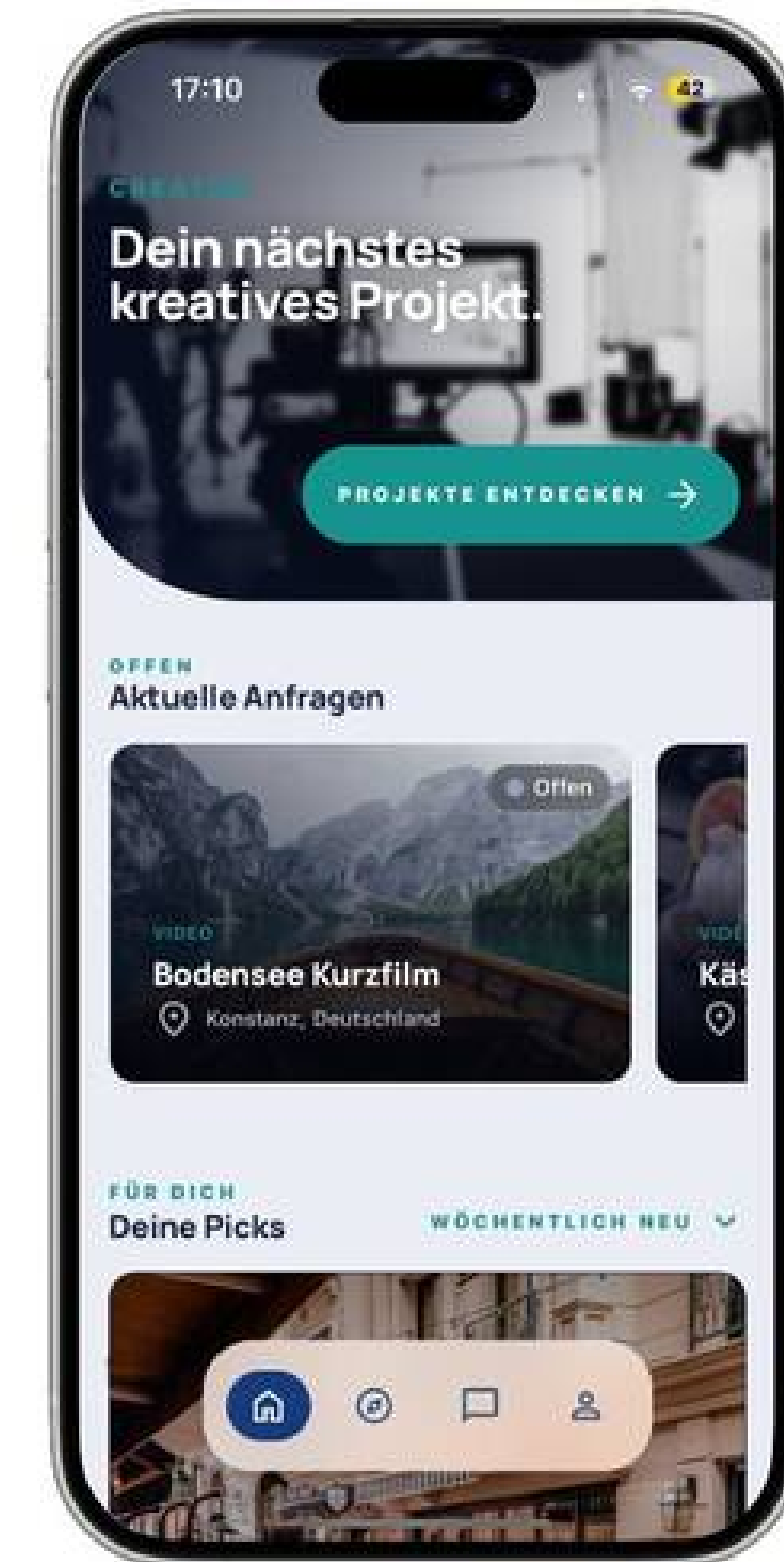
Für die Startseite habe ich zunächst mit Google Stitch aus einem detaillierten Funktions-Prompt verschiedene **visuelle Richtungen** generiert und mit einer hellen Mint-Karte begonnen. Im Verlauf bin ich zu einem **dunklen Vollbild-Foto-Hero** gewechselt, um Emotion und Abenteuer stärker zu betonen. Der aktuelle Stand nutzt einen **Foto-Hero** mit klaren Sektionen für Anfragen, Picks und anstehende Projekte.



Erster Stand



Zwischenstand

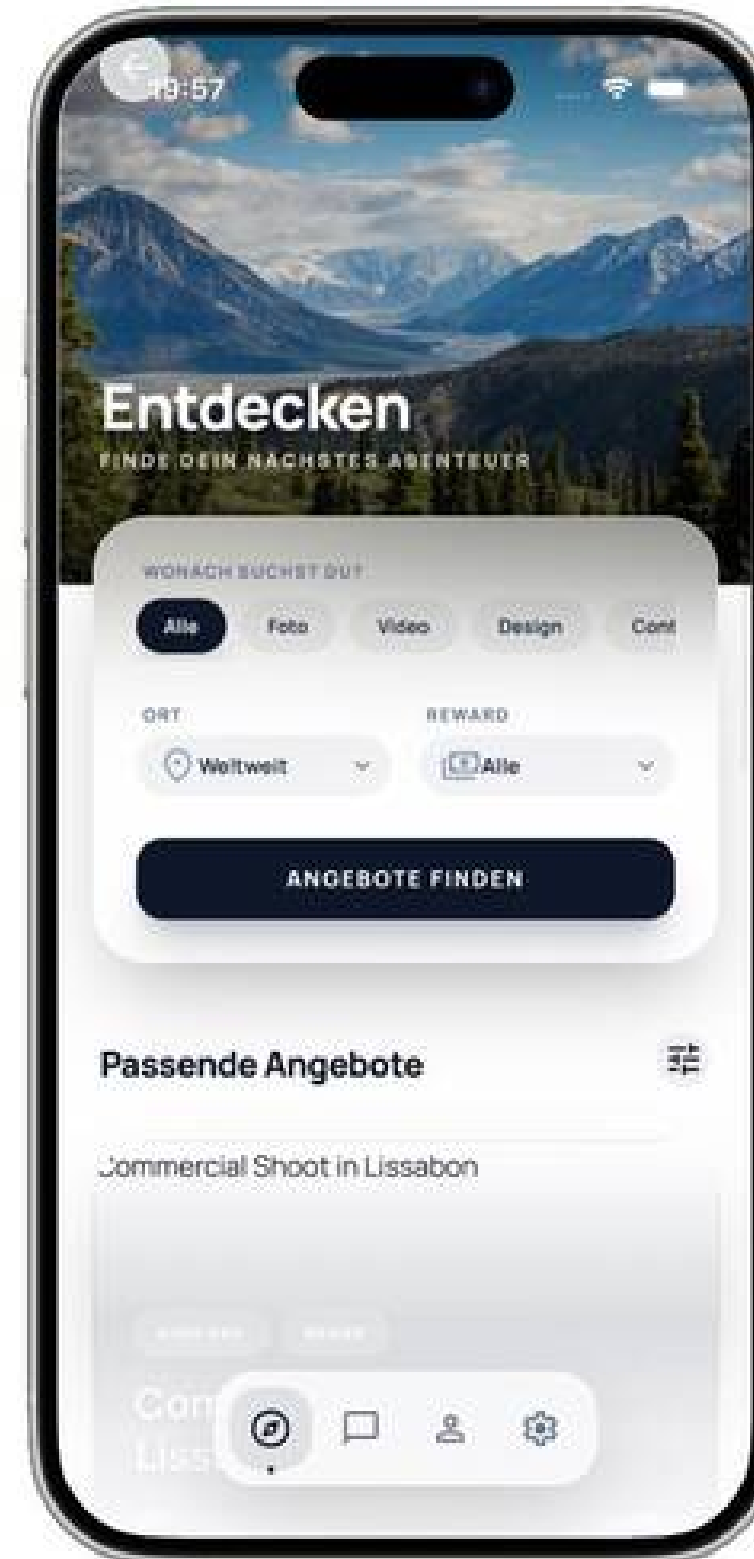


Finaler Stand

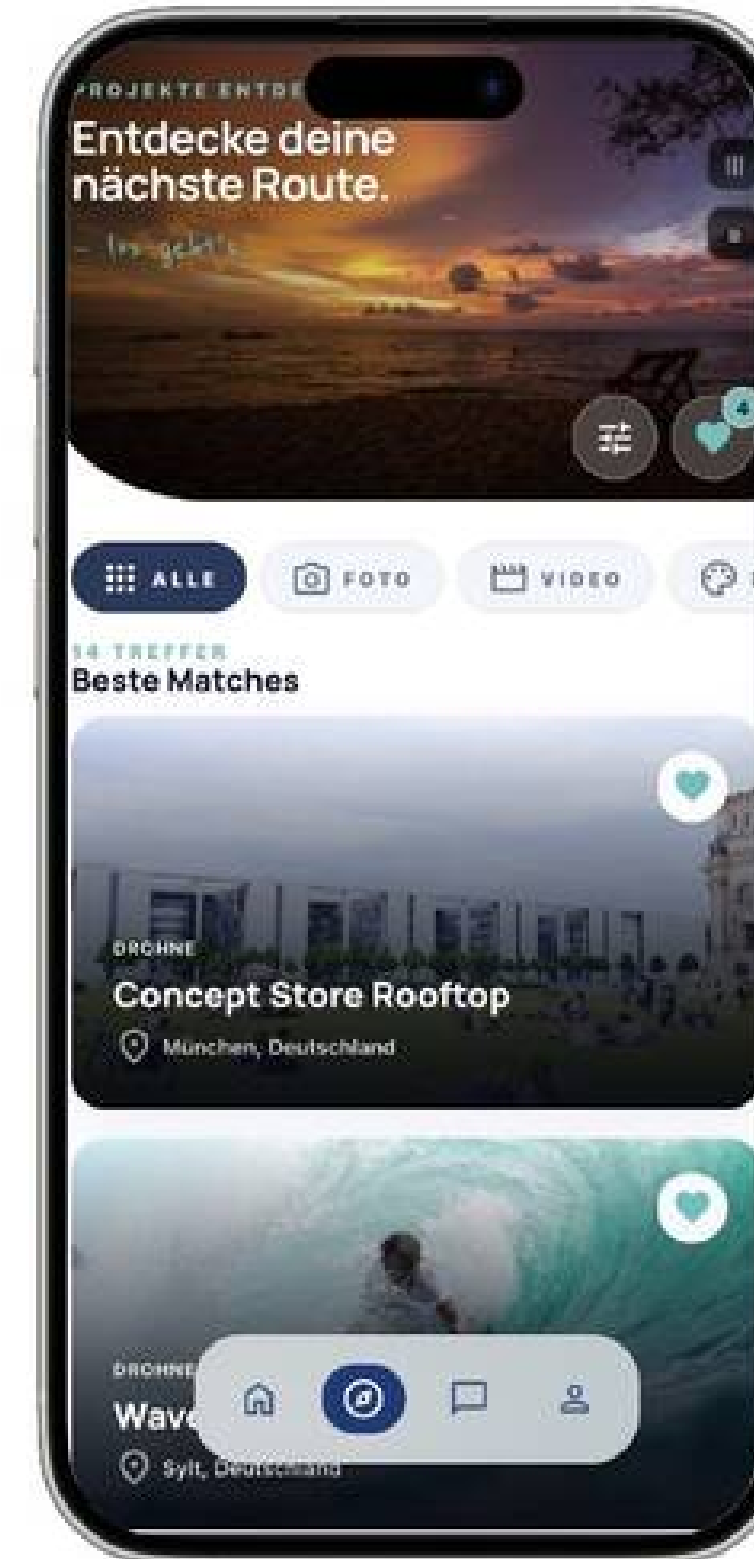
Entwicklung der Screens

Creator: Explore

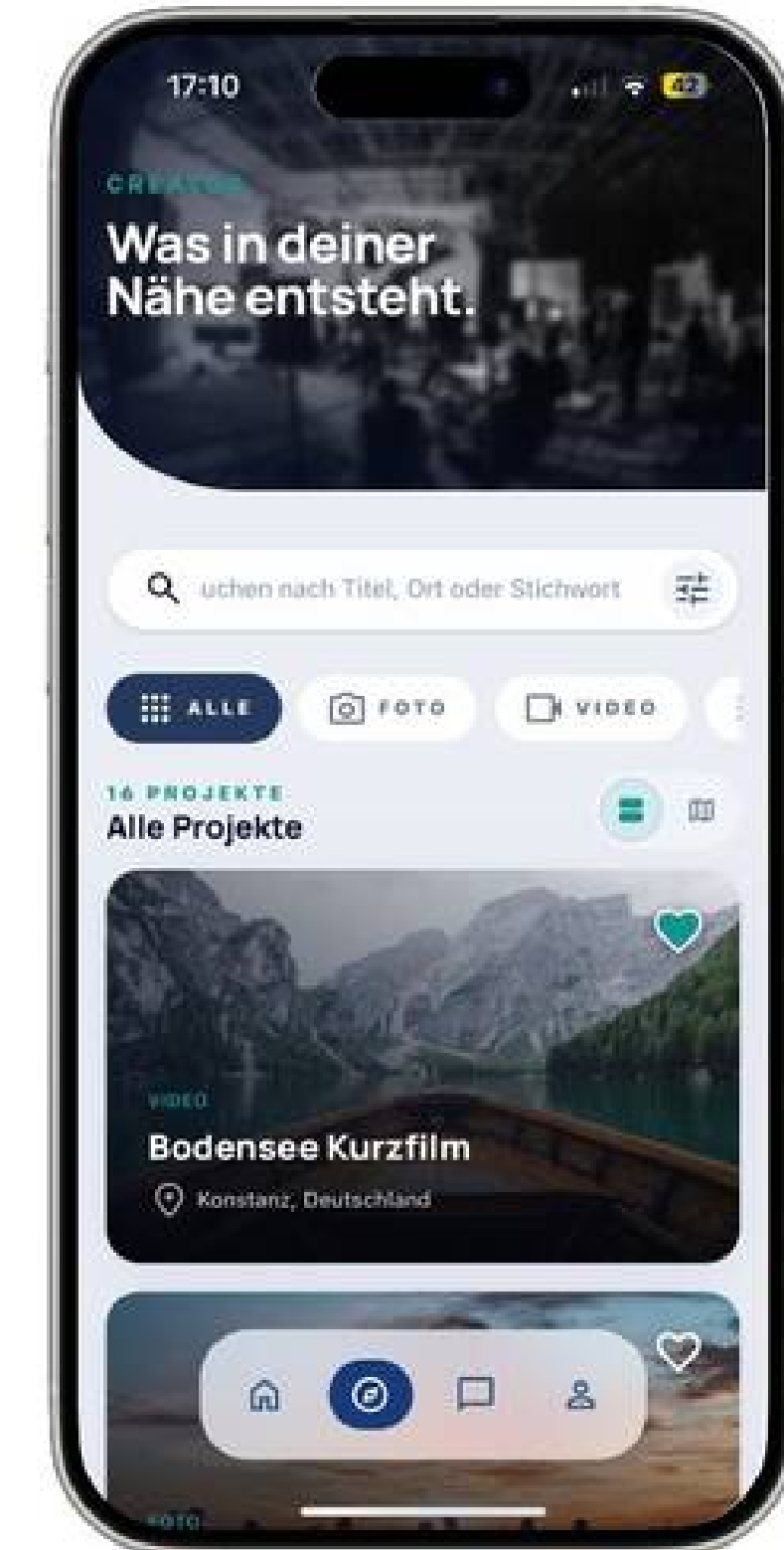
Für die Entdecken-Seite habe ich zunächst mit einer großen **Filter-Box** über dem Bild-Hero begonnen, um Suche und Kategorien in den Vordergrund zu stellen. Im Verlauf habe ich die Filter zu einer **schlanken Chip-Leiste** verdichtet und die Projekte erstmals als vollflächige Bildkarten dargestellt. Der aktuelle Stand verbindet eine **klare Suchleiste** mit **konsistenten Chips** und einer gefüllten Projektliste.



Erster Stand



Zwischenstand

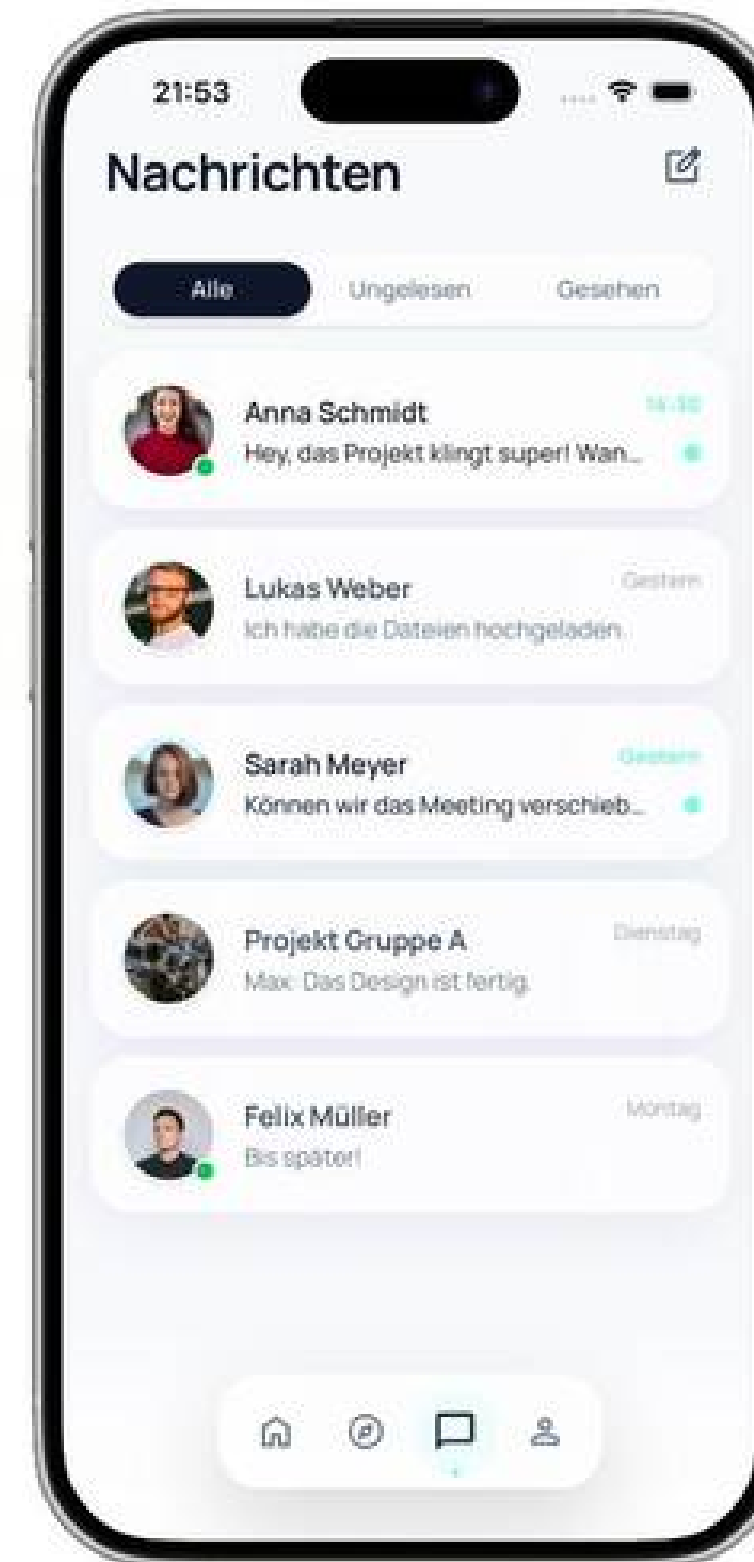


Finaler Stand

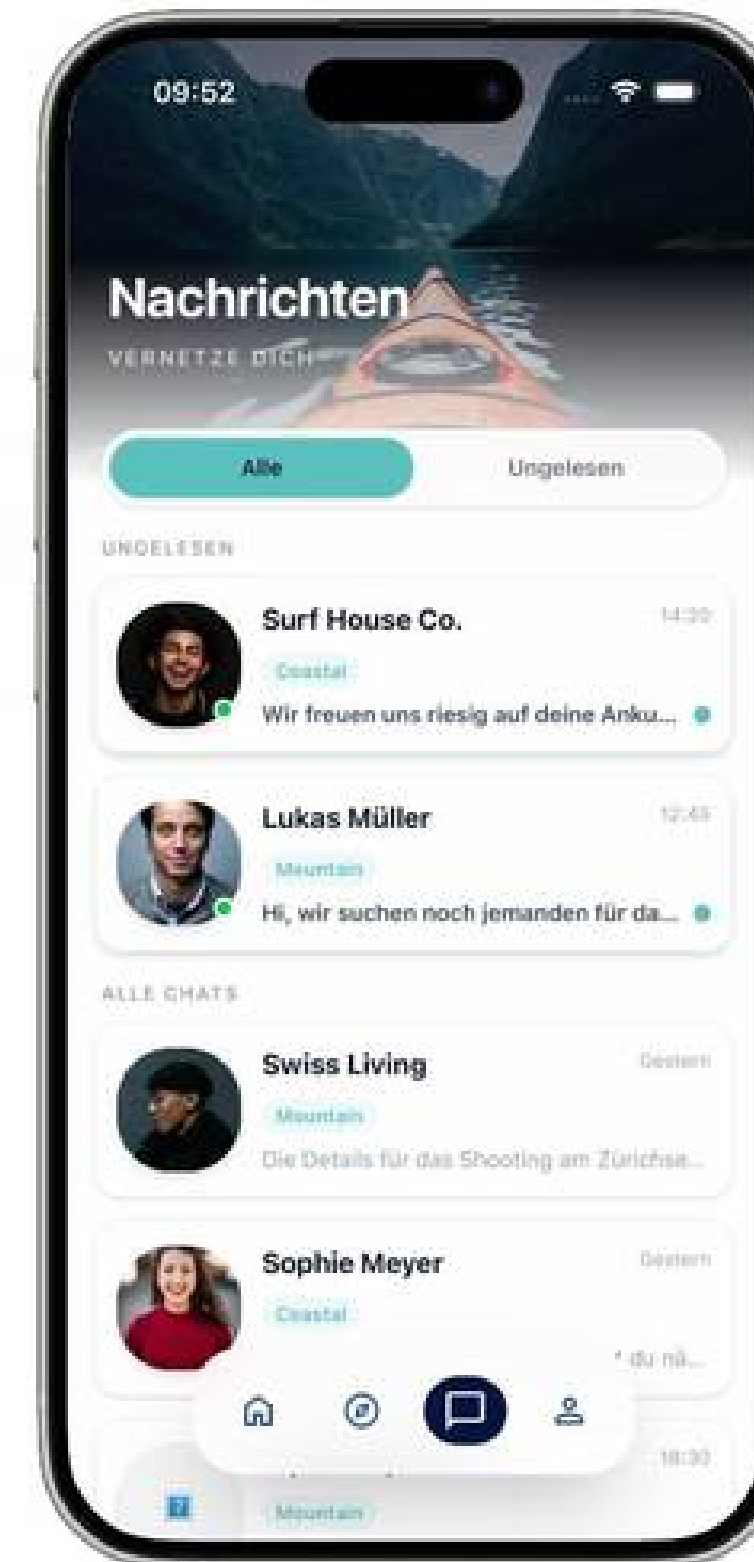
Entwicklung der Screens

Creator: Chat

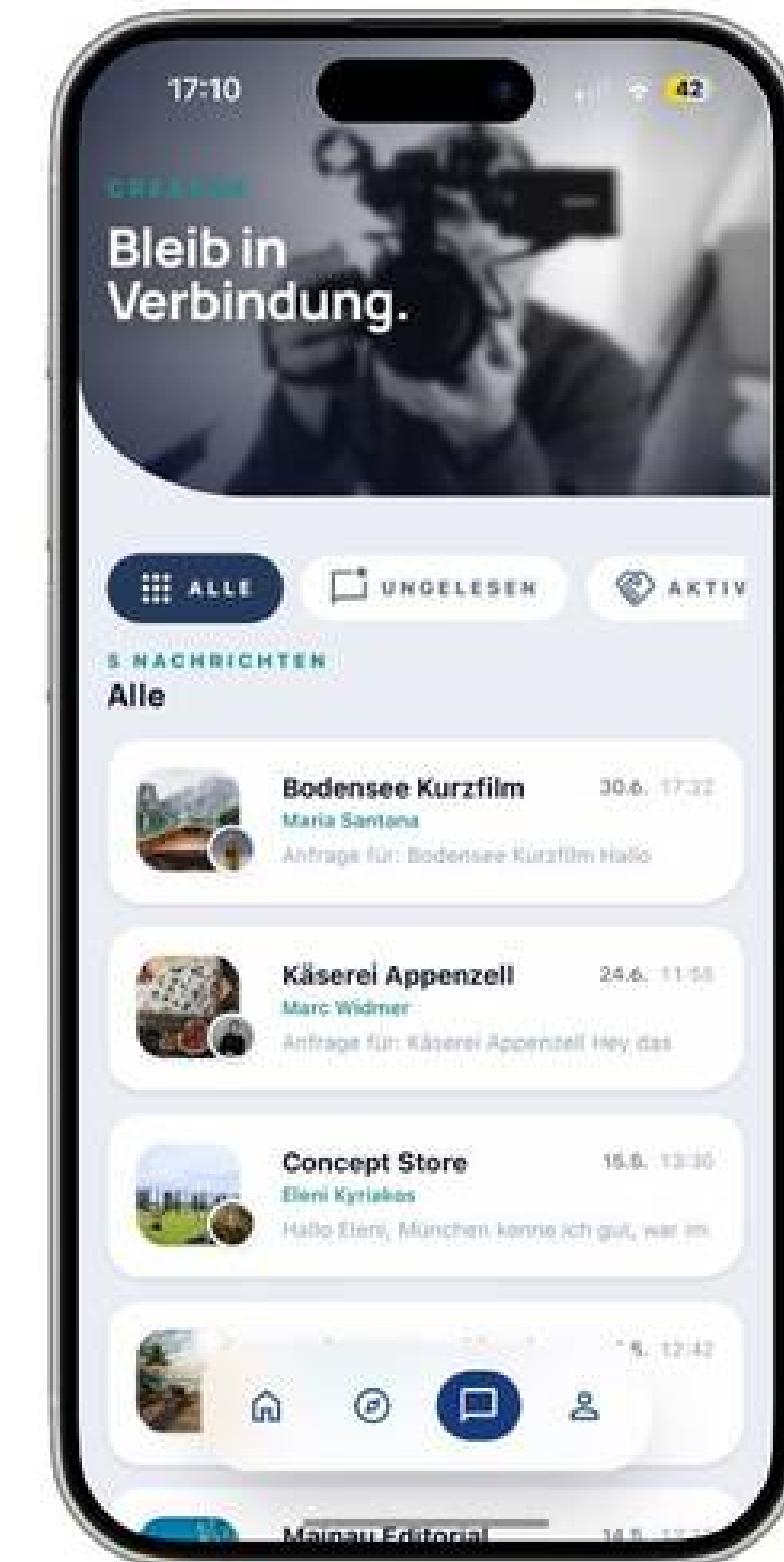
Der Chat-Bereich startete als **schlichte Kartenliste** mit einfachen Tabs und noch ohne Projektbezug. Nach und nach kamen ein **Foto-Hero**, eine **Gruppierung** nach **Status** und Projekt-Badges hinzu, um Nachrichten klarer einzuordnen. Im aktuellen Stand sorgen **klare Pill-Tabs**, ein **Rollen-Label** und abgestimmte Abstände für eine ruhige, konsistente Übersicht.



Erster Stand



Zwischenstand



Finaler Stand

Entwicklung der Screens

Creator: Profil

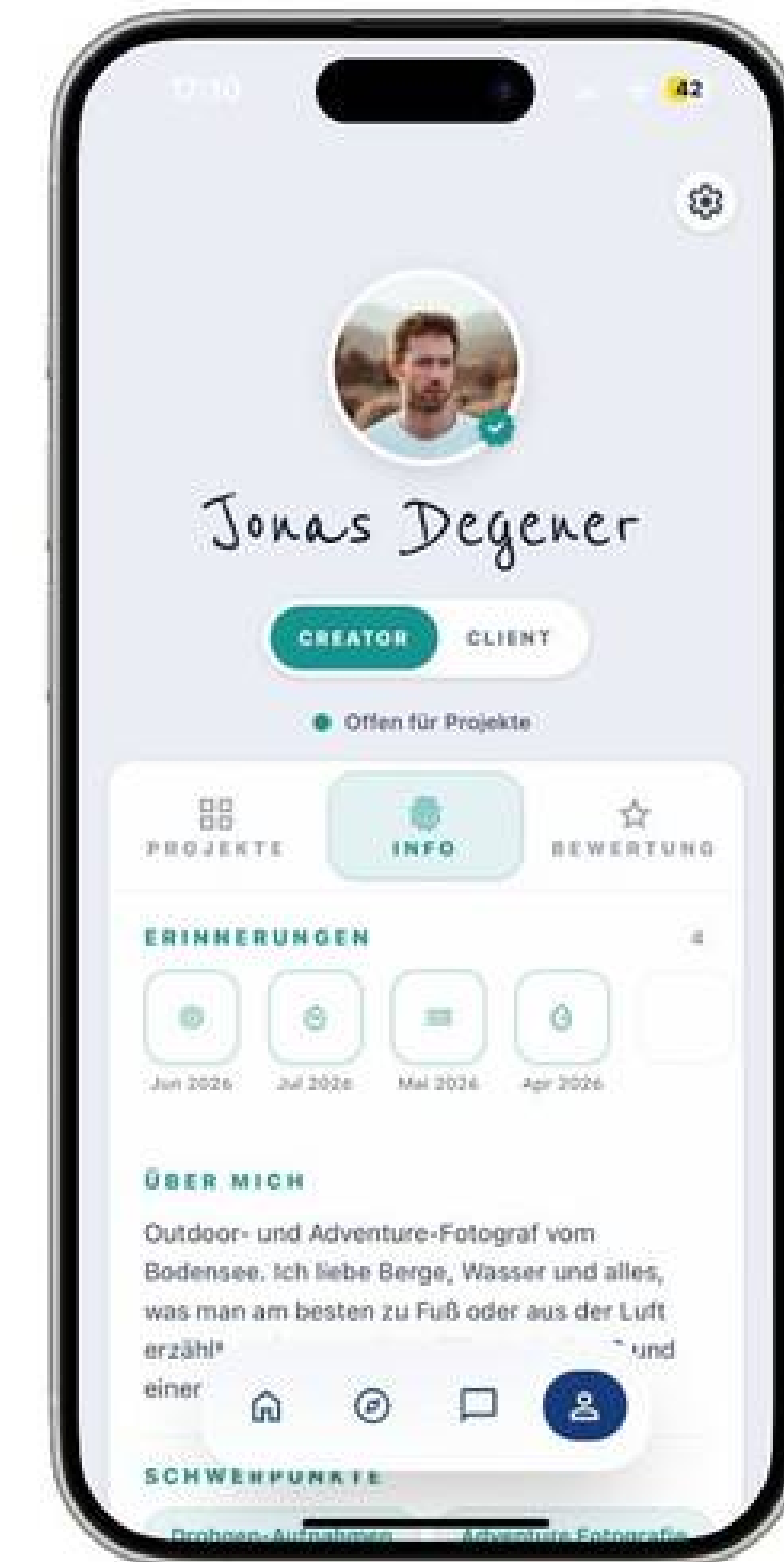
Das Profil begann als reine **Kennzahlen-Ansicht** mit Listen-Reihen und noch ohne Tab-Struktur. Im weiteren Verlauf kamen ein **Handschrift-Name**, ein **Rollen-Switch** und inhaltliche Sektionen wie Über mich und Schwerpunkte hinzu. Der aktuelle Stand **bündelt** alles in einem klaren **Creator/Client-Toggle** mit ausbalancierter Typografie und Statusanzeige.



Erster Stand



Zwischenstand



Finaler Stand

Usability-Prinzipien

Um meine App gut und **nutzerfreundlich** zu gestalten, habe ich mich an etablierten Interaktionsprinzipien orientiert. Als Grundlage dienen mir drei anerkannte Kataloge: die **DIN EN ISO 9241-110**, die **Usability-Heuristiken** nach **Jakob Nielsen** und die **goldenen Regeln** nach **Ben Shneiderman**. Weil sich die drei stark überschneiden, habe ich ihre verwandten Regeln zu 12 Kernprinzipien verdichtet und jedes an zwei Beispielen aus Temova geprüft.

Aufgabenangemessenheit

Pro Schritt wird nur abgefragt, was gerade nötig ist, kein überladenes Formular auf einmal.

22:31

←

NEUES PROJEKT

Projekt ausschreiben

RAHMEN - Ort, Zeit und Ablauf

SETUP

REMOTE MÖGLICH
Kein Vor-Ort-Termin nötig

ZEITLICH FLEXIBEL
Termin frei abstimmbare

LOCATION
Stadt oder Region:

Leipzig, DE

PROJEKTLAUFZEIT
Wähle Start und Ende:

START ENDE

ZURÜCK WEITER →

Für eine einzelne Frage wie den Preis gibt es einen eigenen, kurzen Weg, statt den ganzen Bewerbungsprozess durchlaufen zu müssen.

22:33

PREIS ERFRAGEN

3 Ferienwohnungen

DEINE NACHRICHT 118/500

Hi, ich interessiere mich für dein Projekt "3 Ferienwohnungen". Kannst du mir mehr zum Preis bzw. zur Vergütung sagen?

PREIS ERFRAGEN ➤

Definition

Das System unterstützt genau die Aufgabe des Nutzers, ohne mit überflüssigen Funktionen abzulenken.

Selbstbeschreibungsfähigkeit

Header und Titel zeigen jederzeit, in welchem Schritt man sich befindet.



Der Status-Chip zeigt an, dass die Anfrage in Prüfung ist.

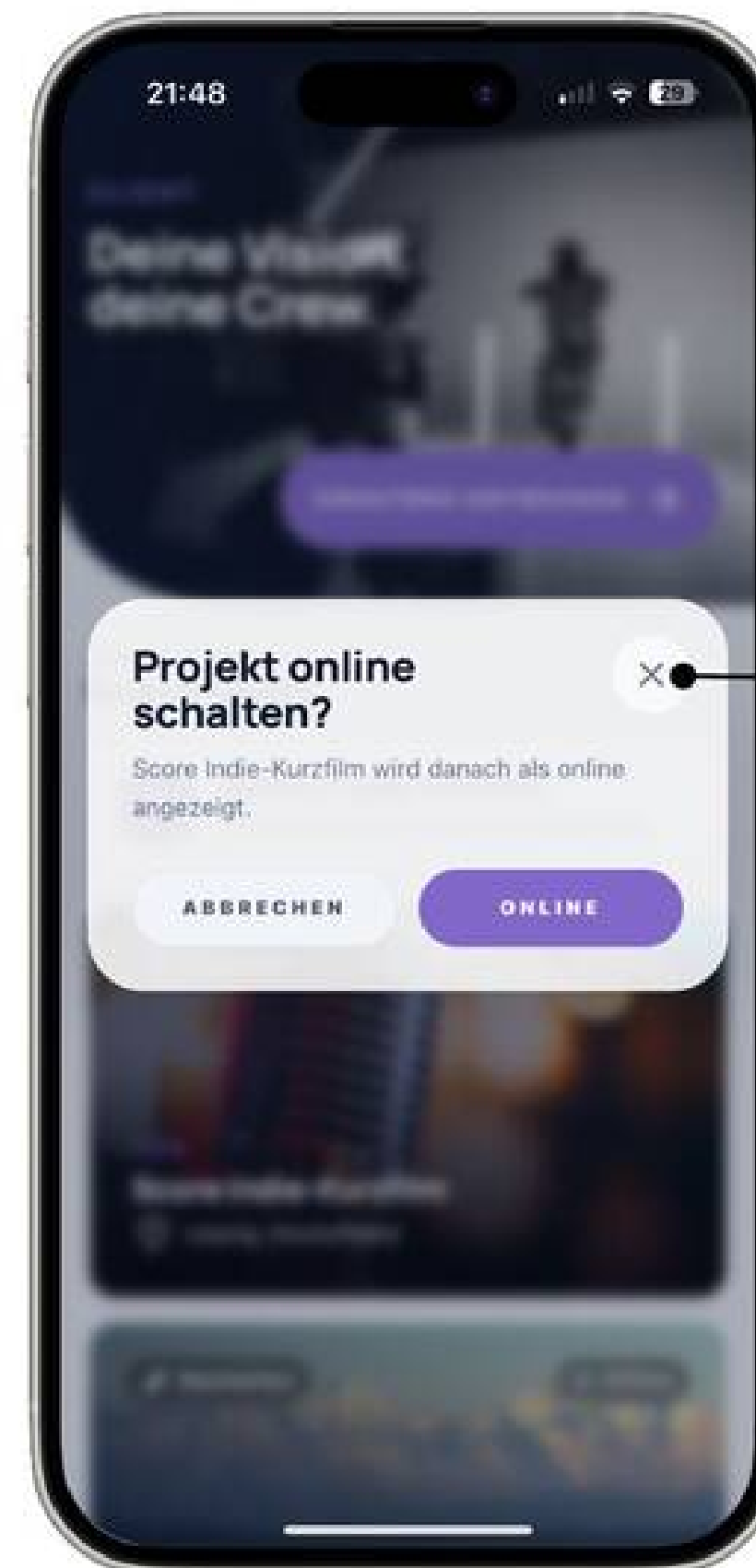


Definition

Zu jedem Zeitpunkt ist erkennbar, wo man sich befindet, was das System gerade tut und was als Nächstes möglich ist.

Erwartungskonformität

Zurück links, Hauptaktion unten, genau dort, wo man es aus anderen Apps kennt.



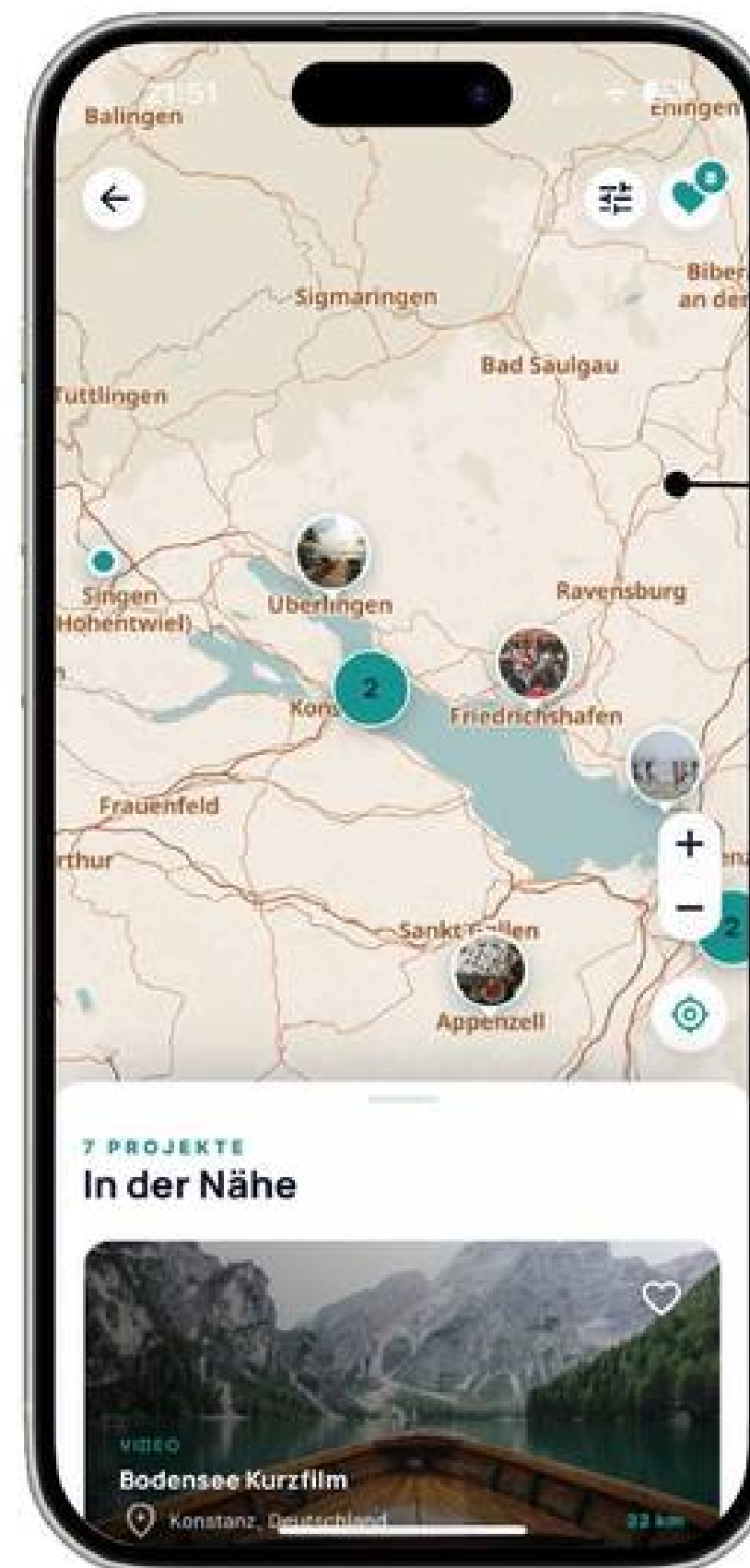
Das X sitzt genau dort, wo man es aus allen anderen Sheets der App kennt.

Definition

Der Dialog verhält sich einheitlich und so, wie der Nutzer es aufgrund von Konventionen und seinem Vorwissen erwartet.

Steuerbarkeit

Der Nutzer entscheidet selbst, wann ein Chat archiviert wird.

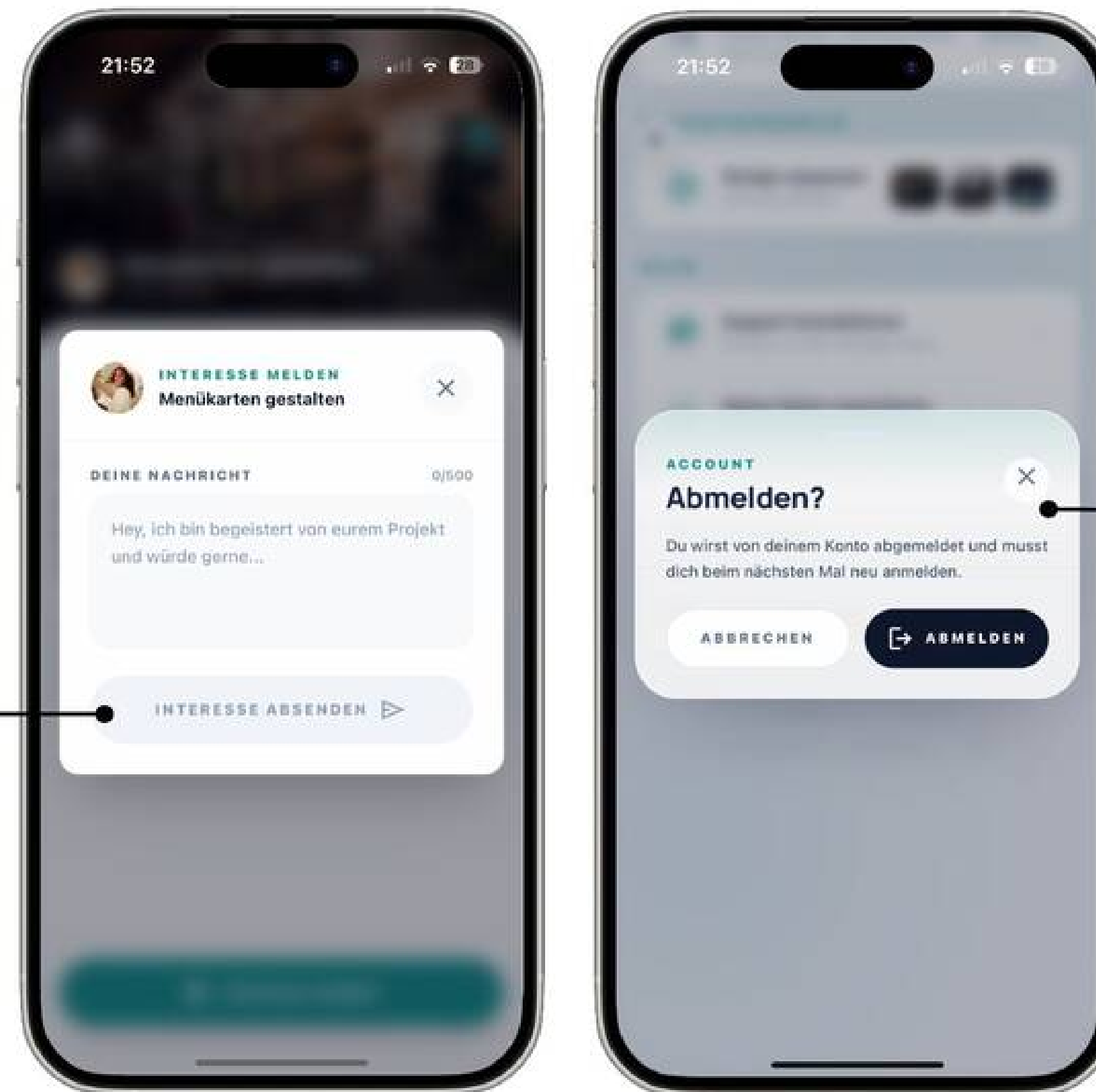


Per Ziehen am Griff bestimmt der Nutzer selbst, wie viel von der Liste sichtbar ist.

Definition

Der Nutzer kann den Ablauf und das Tempo des Dialogs selbst steuern und beeinflussen.

Fehlertoleranz



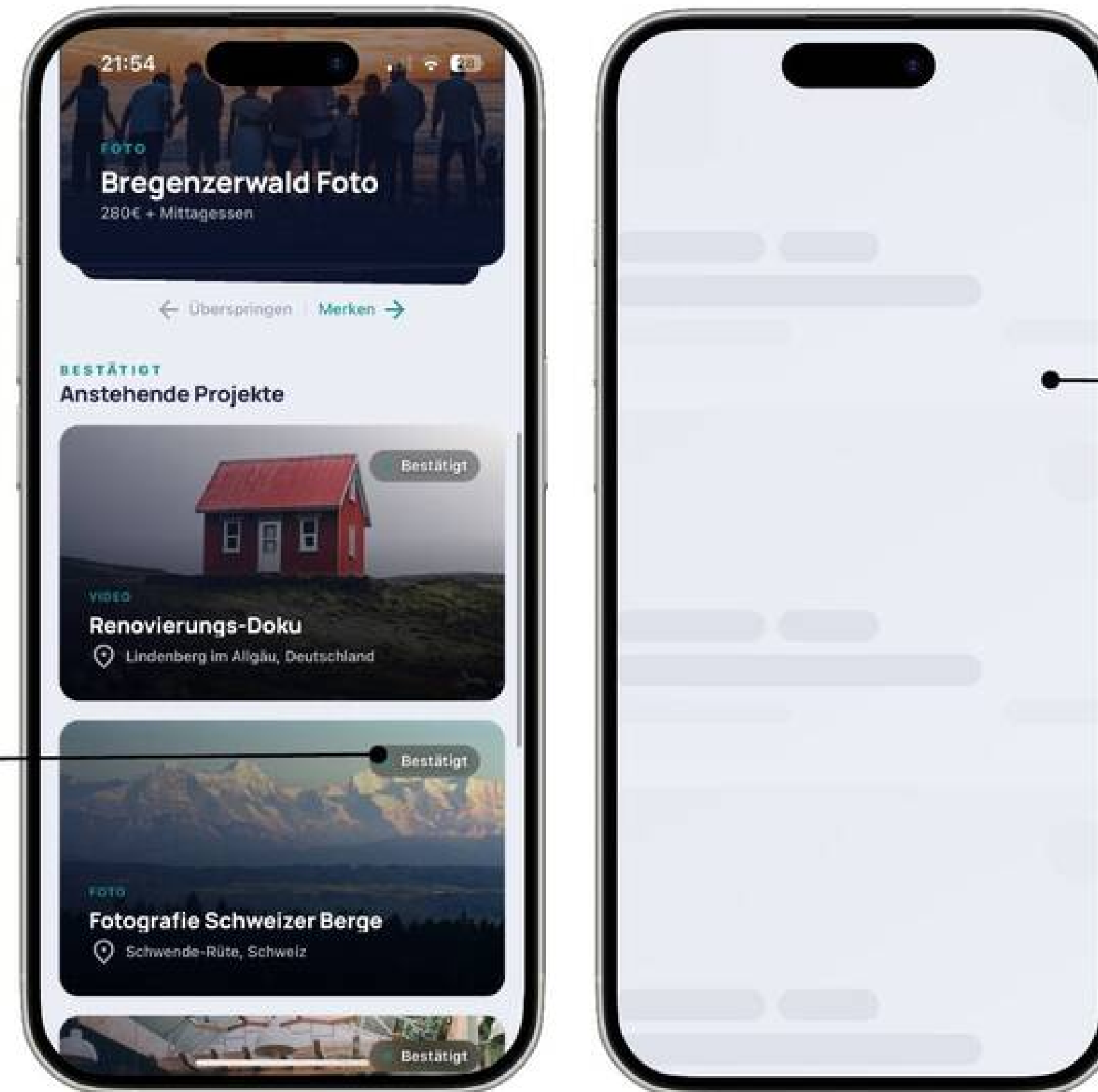
Der Senden-Button bleibt deaktiviert, bis eine gültige Eingabe vorliegt, kein Absenden ins Leere.

Vor dem Abmelden wird nachgefragt, das verhindert Fehlklicks und versehentliches Ausloggen.

Definition

Trotz fehlerhafter Eingaben lässt sich das Ziel mit geringem oder ohne Korrekturaufwand erreichen.

Sichtbarkeit des Systemstatus



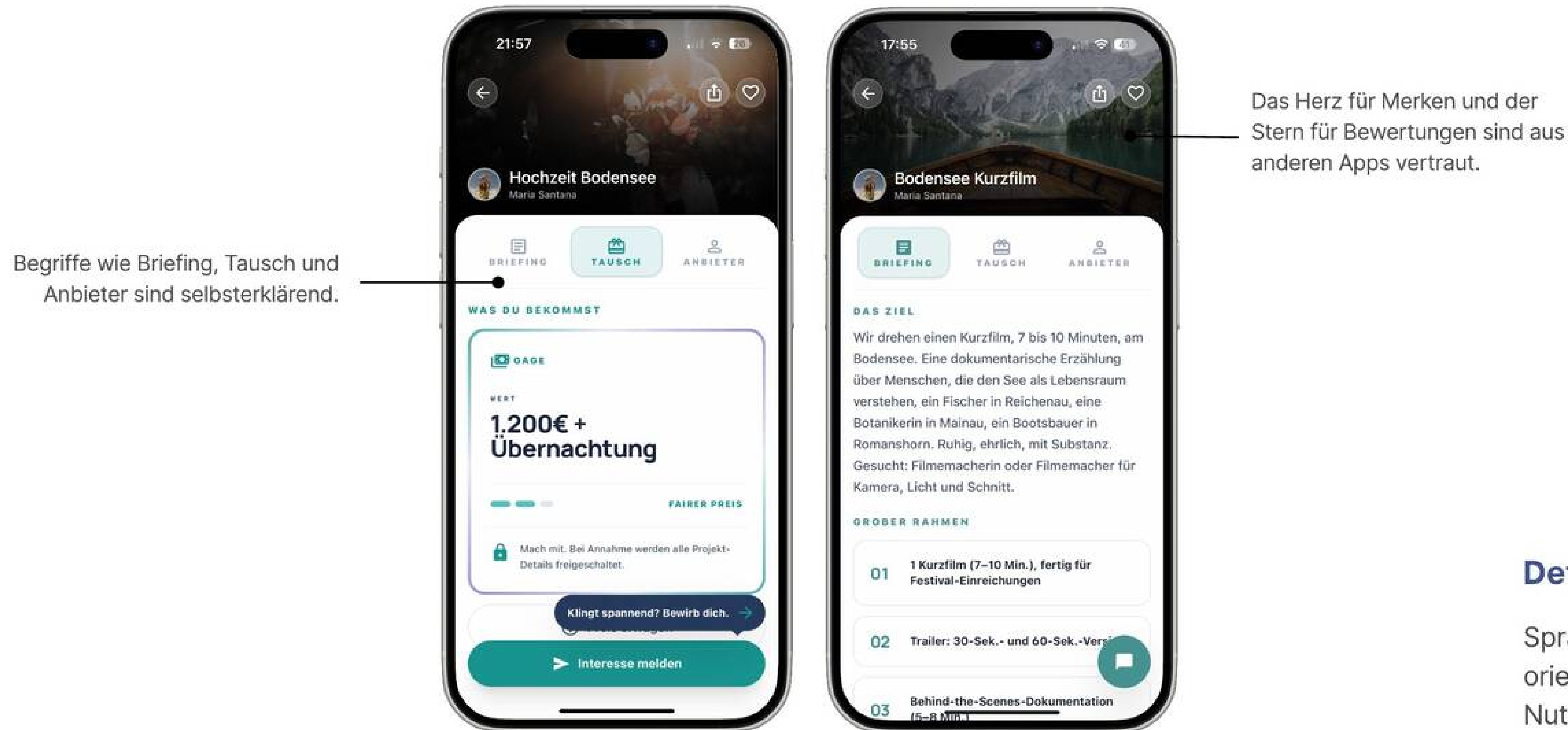
Der pulsierende Badge zeigt sofort den aktuellen Stand der Anfrage.

Während Inhalte laden, zeigt der Platzhalter deutlich, dass das System gerade arbeitet.

Definition

Das System hält den Nutzer stets darüber auf dem Laufenden, was gerade passiert.

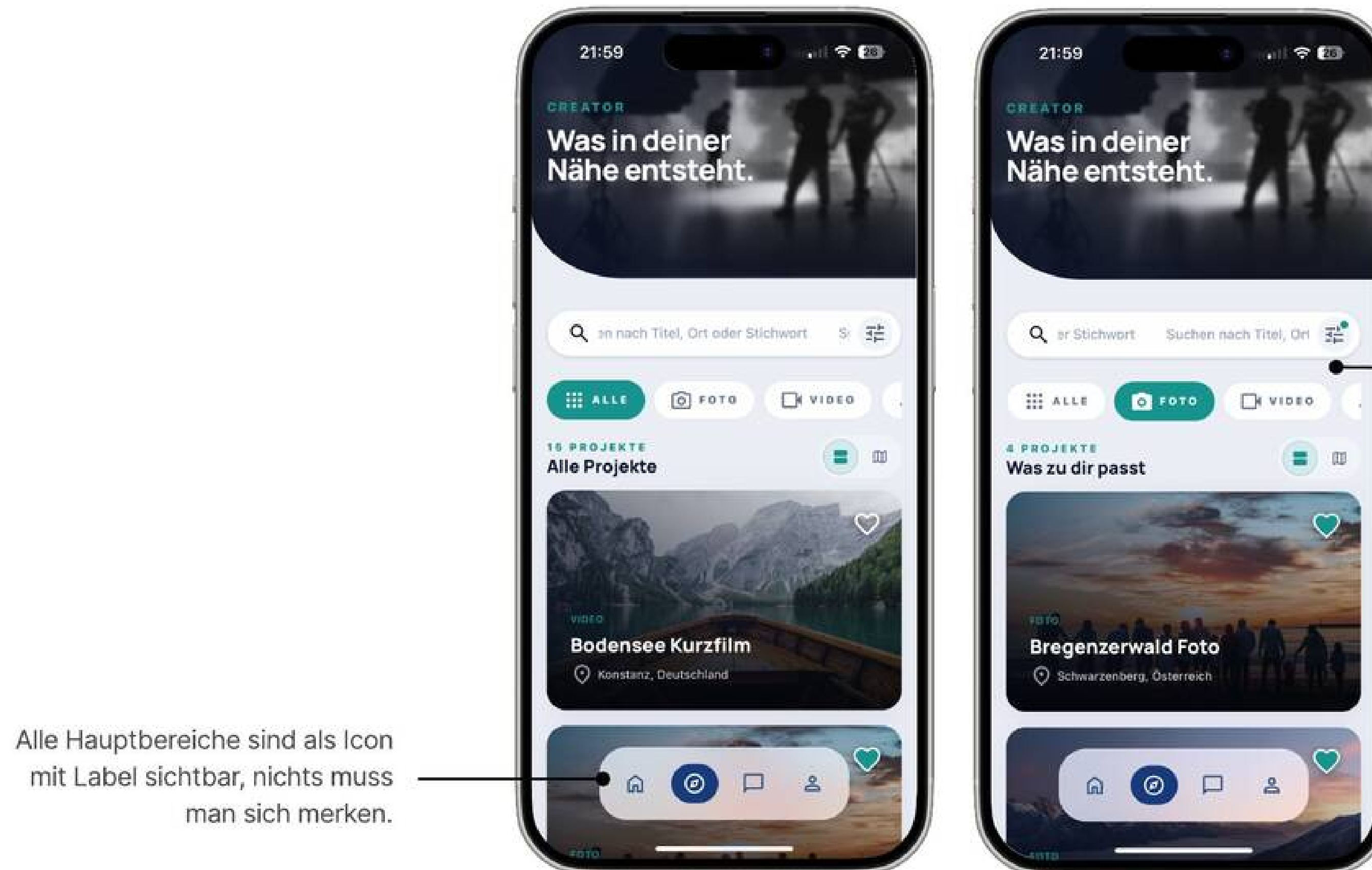
Übereinstimmung mit der realen Welt



Definition

Sprache, Begriffe und Symbole orientieren sich an der Lebenswelt der Nutzer statt an Fachjargon.

Wiedererkennen statt Erinnern

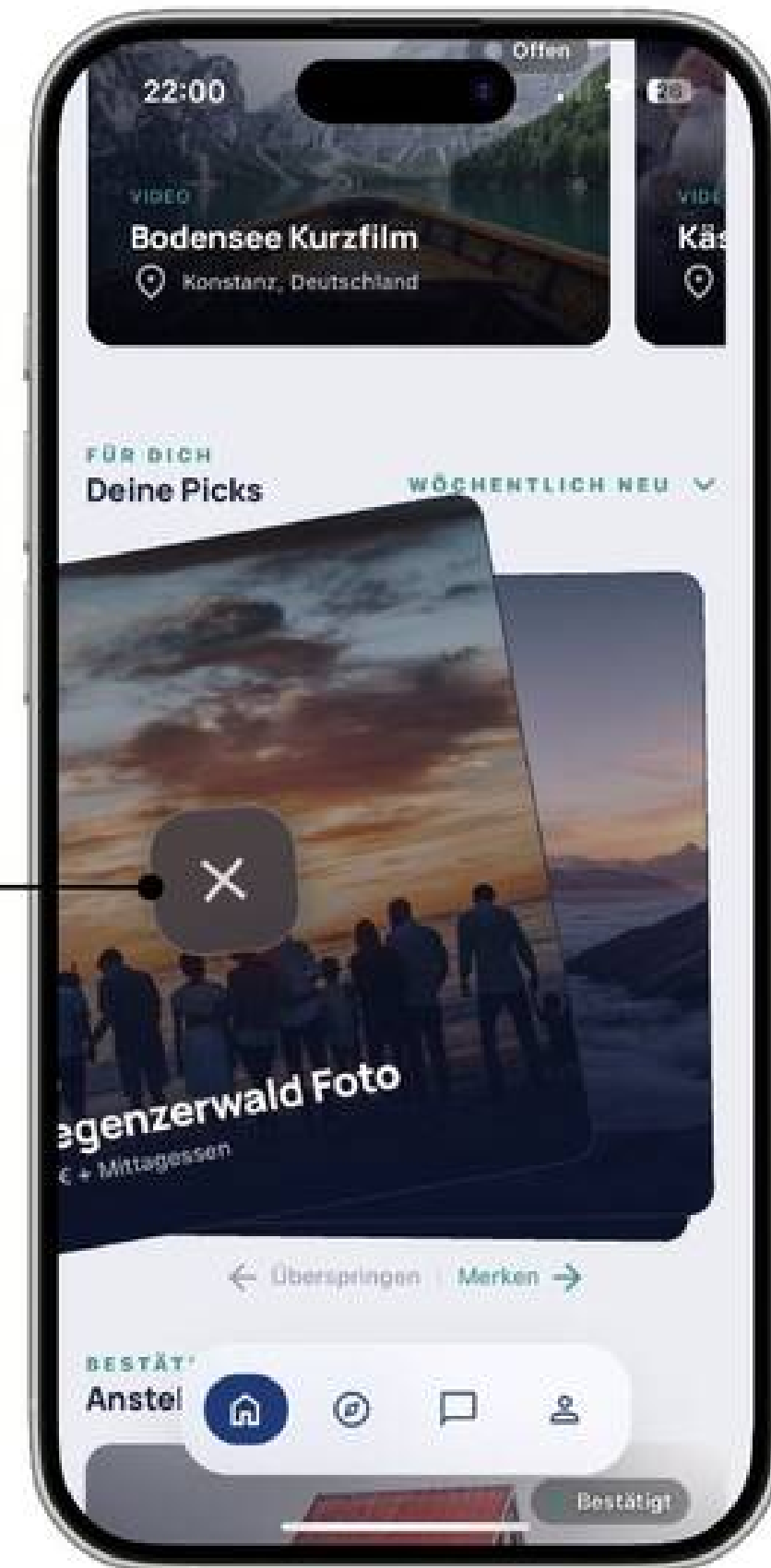


Definition

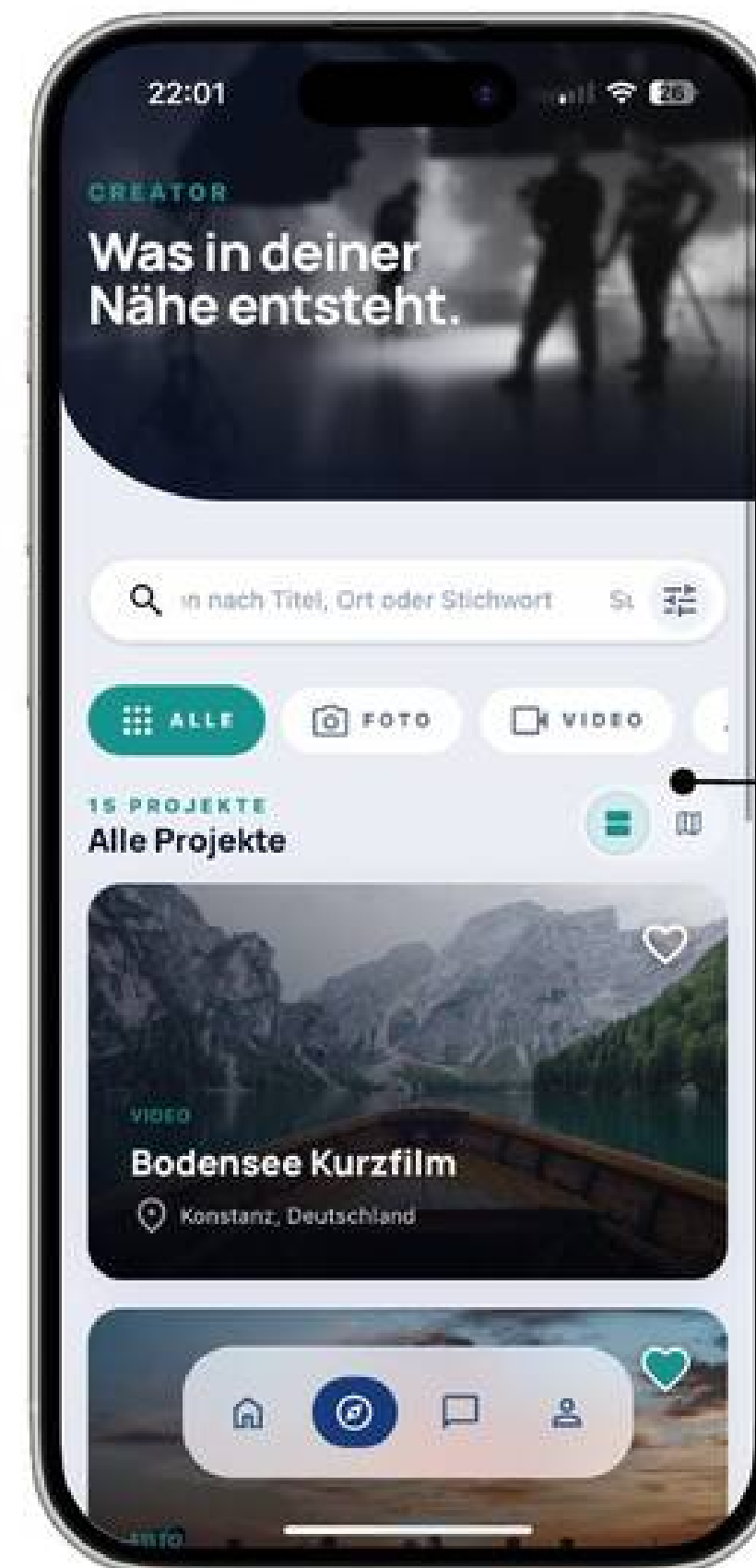
Optionen sind sichtbar, der Nutzer muss sich Informationen nicht merken, sondern erkennt sie wieder.

Flexibilität & Effizienz

Per Wischgeste lassen sich Projekte schnell vormerken oder überspringen.



Fortgeschrittene wechseln direkt zur Kartenansicht, Einsteiger bleiben bei der einfachen Liste.

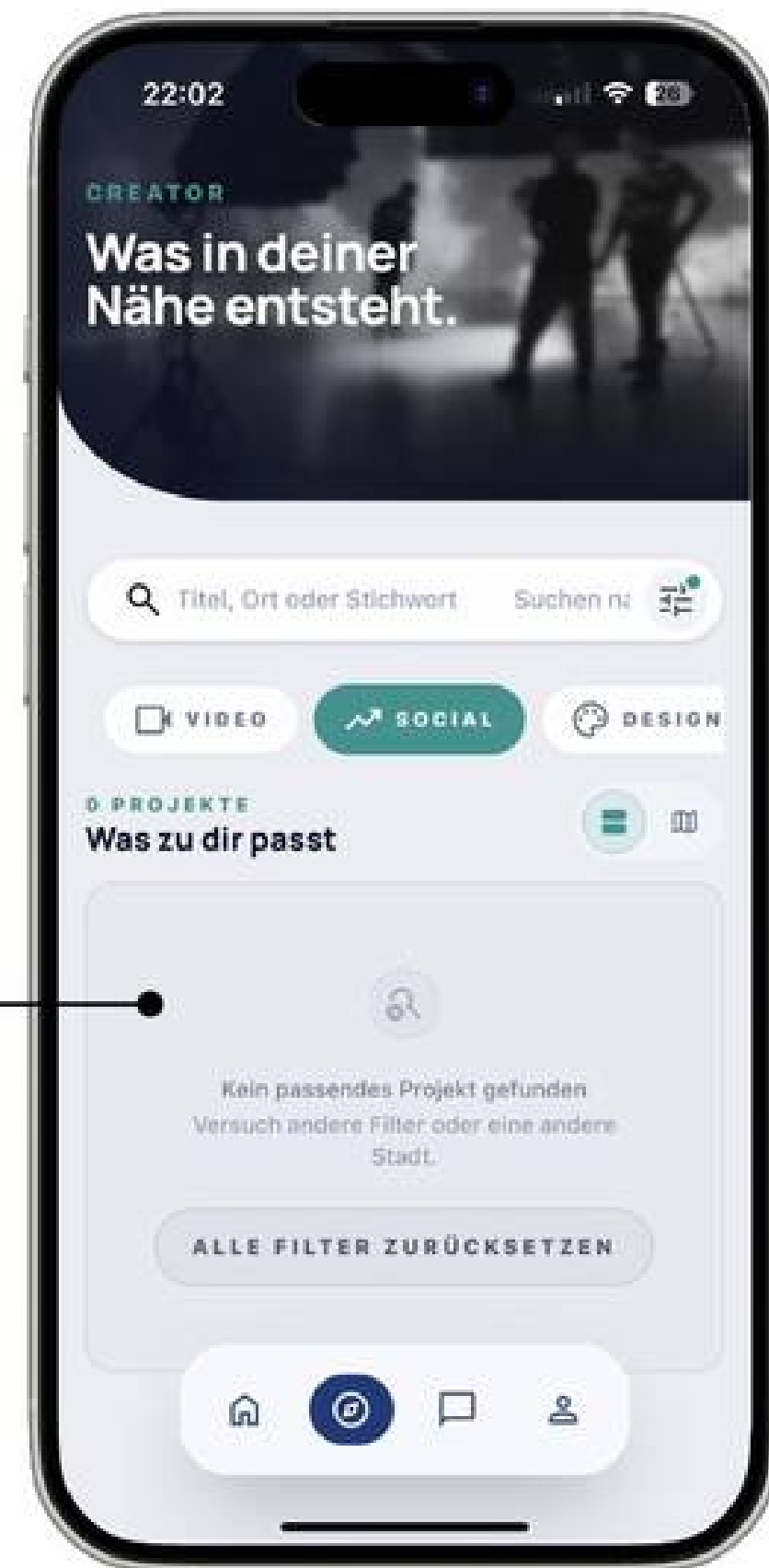


Definition

Anfänger werden geführt, erfahrene Nutzer können Abkürzungen nehmen.

Ästhetik & minimales Design

Leere Zustände treten bewusst zurück und lenken nicht vom Wesentlichen ab.



Nur Bild, Titel und Ort sind sichtbar, keine überflüssigen Elemente lenken ab.



Definition

Nur relevante Informationen werden gezeigt, überflüssiges lenkt nicht ab.

Konsistenz anstreben

Dieselbe Tab-Leiste taucht überall identisch auf, gleiche Bedienung auf jedem Screen.



Die gleiche Tab-Komponente wird app-weit für alle Inhalts-Tabs verwendet.



Definition

Aufbau, Begriffe und Abläufe bleiben in der gesamten Anwendung einheitlich.

Dialoge zum Abschluss führen

Mit dem BoardingPass ist der Anfrage-Dialog sichtbar abgeschlossen, der nächste Schritt ist klar.



Nach dem Speichern bestätigt ein Hinweis, dass die Ausschreibung aktualisiert wurde.



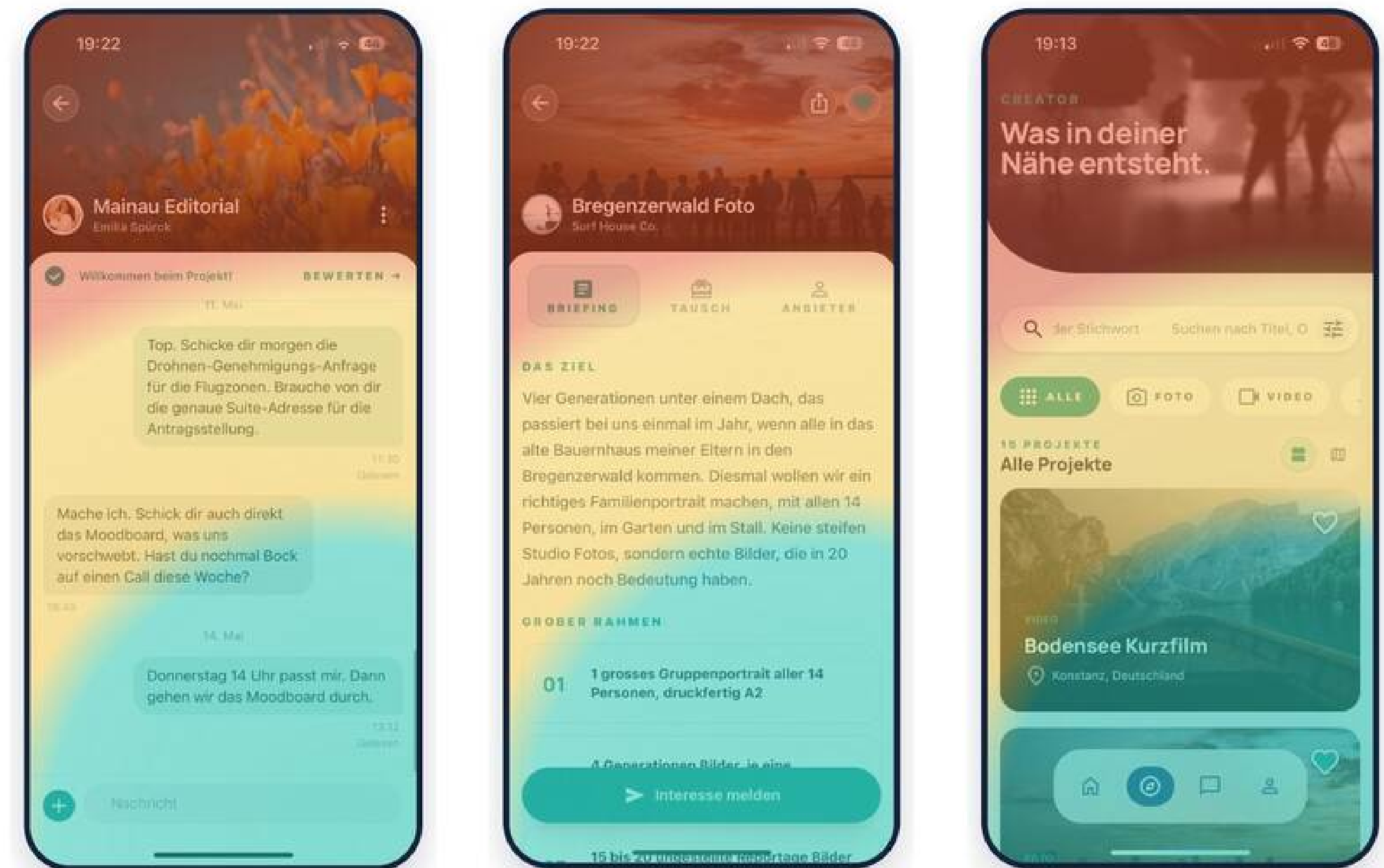
Definition

Abläufe haben einen klaren Anfang, Verlauf und Abschluss, sodass der Nutzer weiß, wann eine Aufgabe erledigt ist.

Thumb Zone

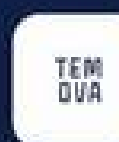
Bei der einhändigen Bedienung erreicht der Daumen nicht jeden Bereich des Screens gleich gut. Bequem liegt das untere Drittel, am schwersten erreichbar ist die obere Ecke auf der gegenüberliegenden Seite der Greifhand.

Zentrale Aktionen platziert Temova deshalb konsequent im **unteren Drittel**: die Tab-Leiste, der Interesse-melden-Button, der Weiter-Button im Projekt-Wizard und die Eingabezeile im Chat. Nach oben wandert nur, was selten gebraucht wird. Wo eine Aktion oben liegen muss, etwa der Zurück-Pfeil, gibt es immer einen **zweiten Weg** im Daumenbereich: zurück per **Wisch** von der Bildschirmkante, Sheets nach unten wegziehen, Tabs seitlich wechseln. Die Rückmeldungen aus dem Testing **bestätigen** die Richtung: Wischen wurde als **selbstverständlich** und positiv erwähnt.



Referenz Screens	74
Styleguide	75
Screens	82

Prototype.

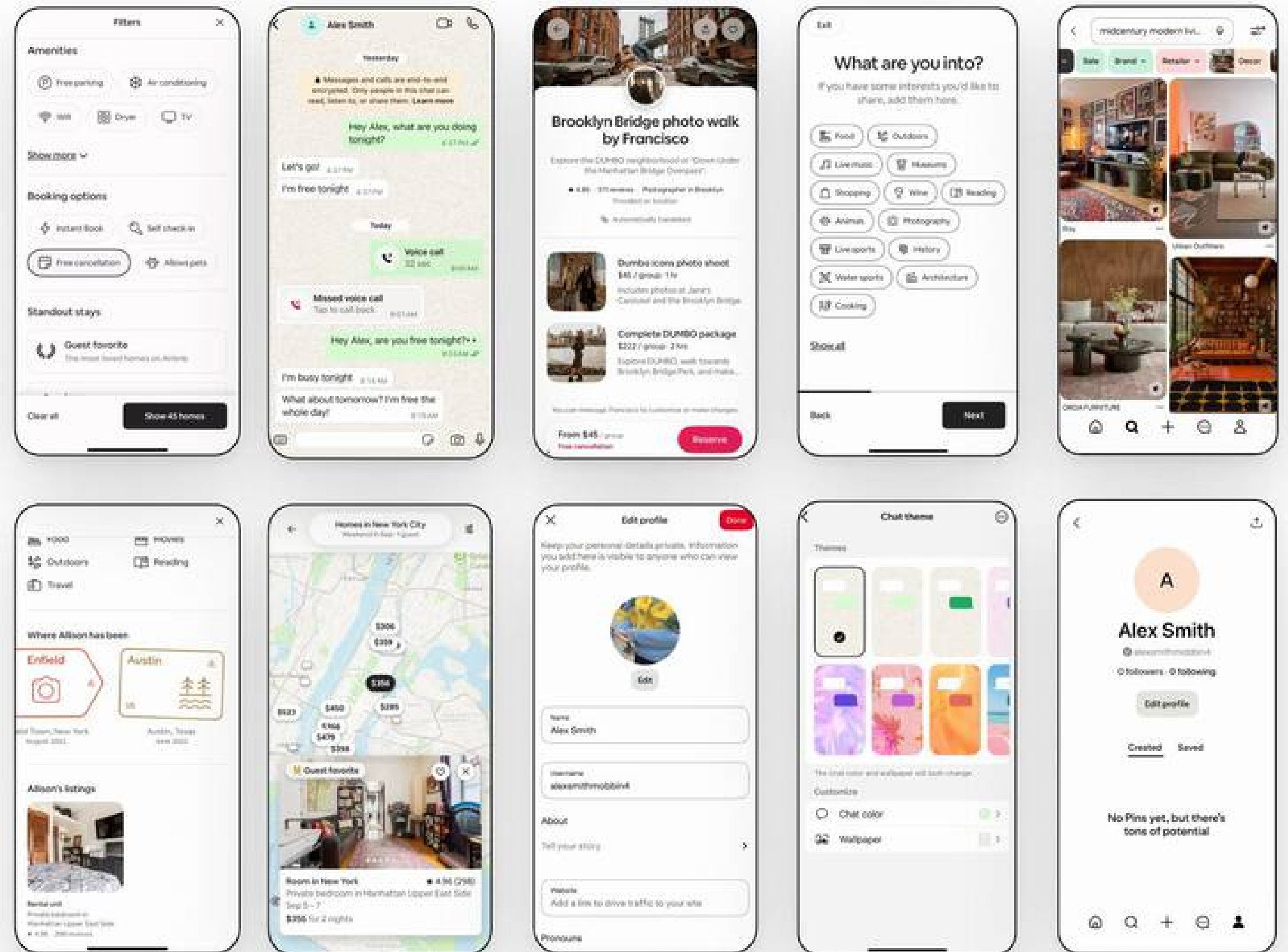


Referenz Screens

Bevor ich eigene Screens entworfen habe, habe ich mir angeschaut, wie etablierte Apps vergleichbare Aufgaben lösen.

Über die Plattform Mobbin habe ich echte Screens aus Apps gesammelt, die dieselben **Grundprobleme** bereits sehr gut **gelöst** haben: Airbnb für die kartenbasierte **Suche mit Filtern**, Standortprüfung und **Detailansichten**, WhatsApp für den **Chat** mit seinen vertrauten Nachrichten-Mustern, und Pinterest für **Profile**, gespeicherte Sammlungen und das **Entdecken** über Bildraster.

Mein Ziel war es dabei **nicht**, jede Interaktion **neu zu erfinden**. Muster wie eine **Filter-Leiste**, eine Karte mit **Preis-Pins**, eine **Chat-Ansicht** oder ein Profil mit Tabs sind bei Nutzer*innen längst eingeübt. Ich habe pro Screen geprüft, welche Elemente die Funktion tragen, diese Bausteine auf Temova **übertragen** und an die eigene Bildsprache angepasst, sodass ein **vertrautes Fundament** für Styleguide und finale Screens entstand.



Styleguide

Um ein **konsistentes Erscheinungsbild** sicherzustellen, habe ich einen Styleguide entwickelt. Er definiert Farbwelt, Typografie, Grid und Bildsprache und dient als verbindliche Grundlage für alle Screens. Dadurch werden Gestaltungsentscheidungen vereinheitlicht und die **Wiedererkennbarkeit** der App gestärkt.

Name & Logo



Der Name

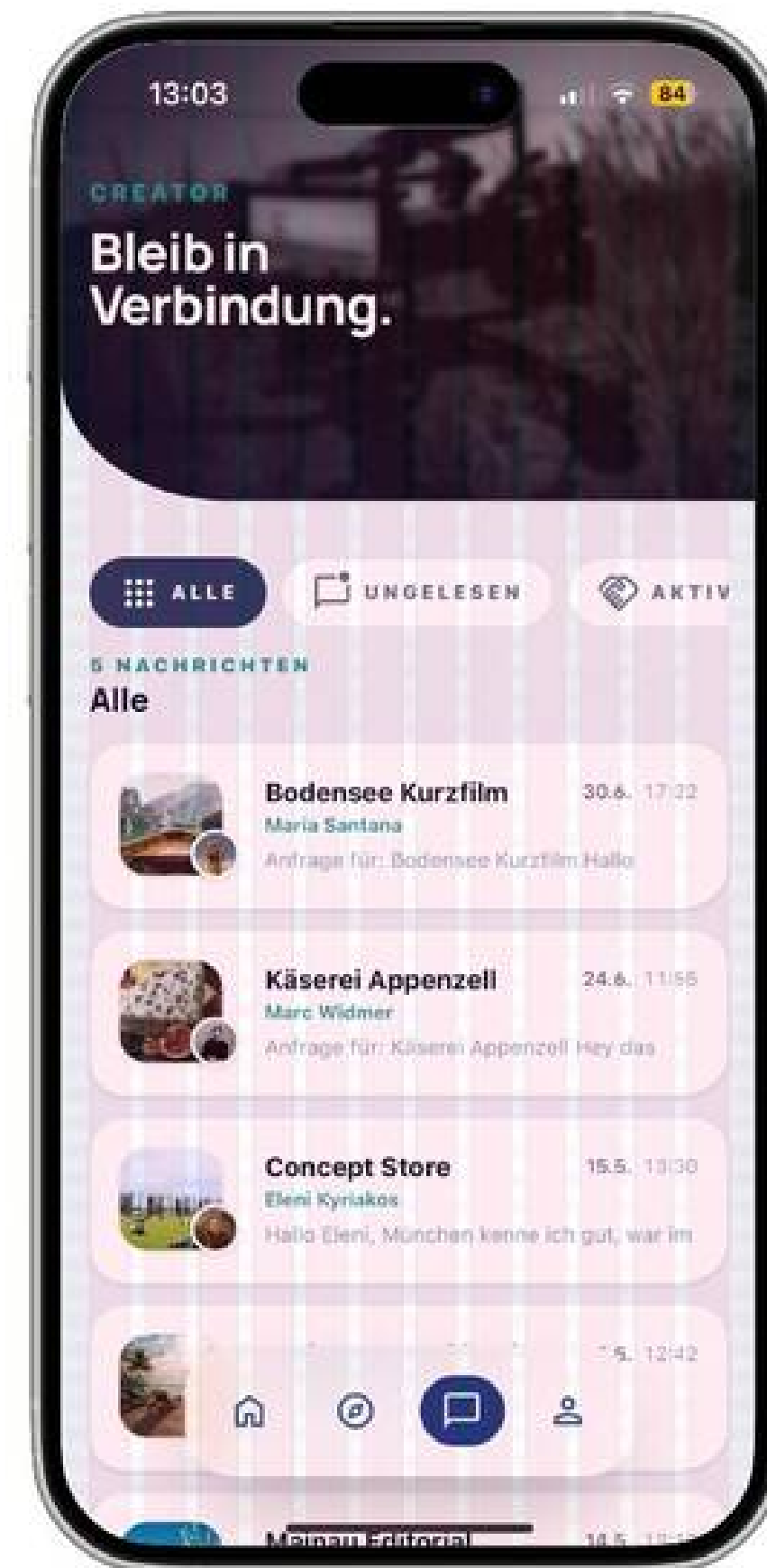
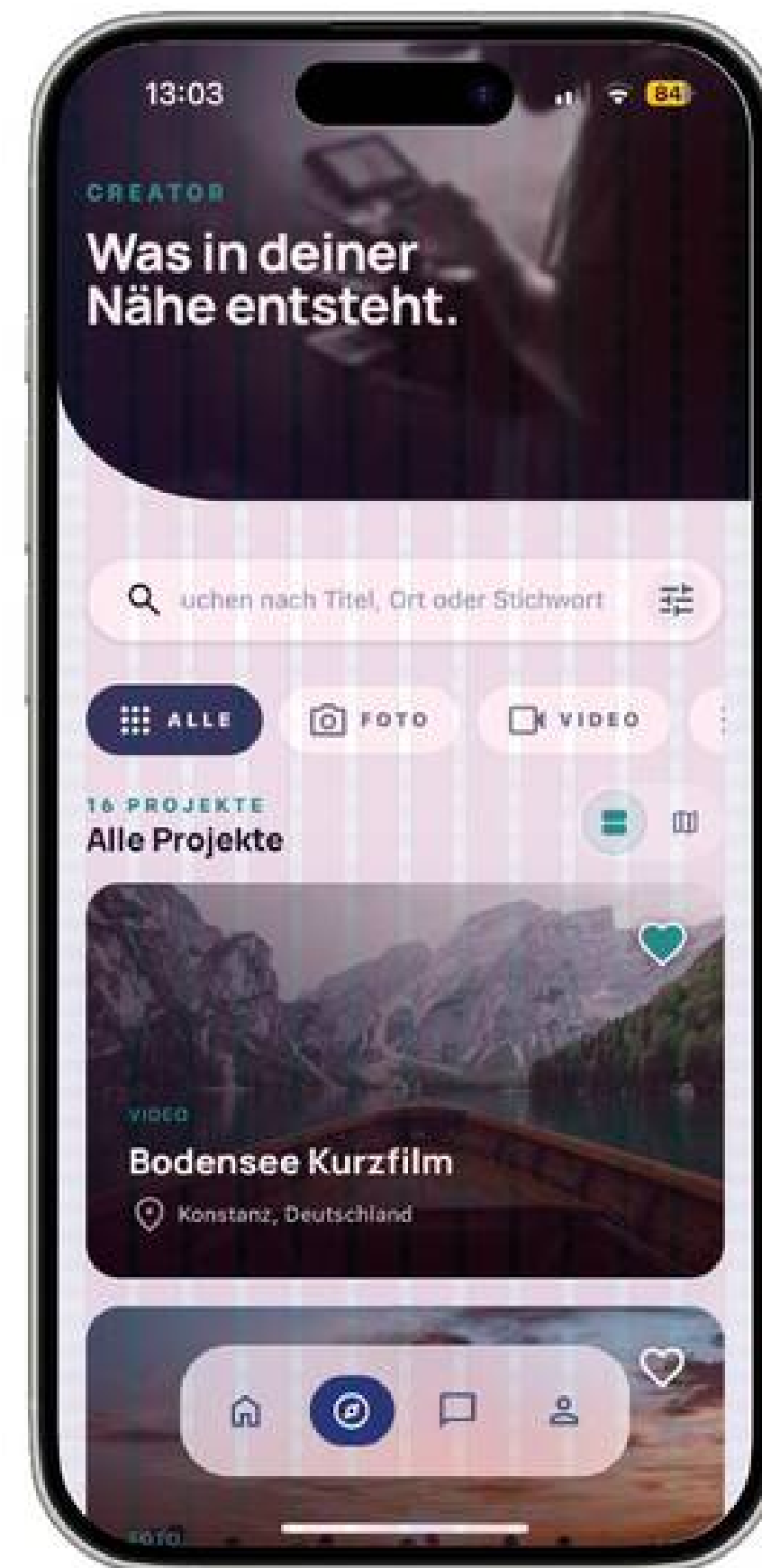
Der Name Temova ist ein **Akronym** und fasst in **sechs Begriffen** zusammen, worum es in der App geht. Jeder Buchstabe steht für einen Baustein des Konzepts: **Talent, Explore, Meet, Opportunities, Values und Adventures**. Es geht also darum, Talente zu entdecken, Menschen in der eigenen Nähe zu treffen, aus Gelegenheiten echte Projekte zu machen, dabei gemeinsame Werte zu teilen und kreative Abenteuer zu erleben. Schon der Name trägt damit die **Haltung** der Plattform in sich, nämlich **kreative Zusammenarbeit** vor der eigenen Haustür **sichtbar** und **erlebbar** zu machen.

Das Logo

Beim Logo habe ich darauf geachtet, dass es von Anfang an im Format eines **App-Icons** funktioniert. Deshalb habe ich den Namen **aufgeteilt** und stapelte ihn zweizeilig als TEM über OVA, sodass eine **kompakte**, fast quadratische Form entsteht, die in der abgerundeten Kachel sitzt und auch in kleinster Größe **erkennbar** bleibt. Als Farbe nutze ich das dunkle Marineblau meiner **Brand Color** und stelle es auf einen cleanen, ruhigen Hintergrund, damit die Marke wertig und aufgeräumt wirkt. Für die Schrift habe ich bewusst eine besondere, **charakterstarke Schriftart** gewählt, die schon in diesem **kleinen Detail Kreativität** zeigt, minimal und direkt, ohne dass es überladen wirkt.

Grid

Columns: 12
Margin: 16 px
Gutter: 08 px
Rows: 08 px
Padding: 16 px



Farbe

Das Farbsystem hat einen ruhigen, dunkelblauen **Grundton** und zwei **kräftige Akzentfarben**, die zugleich die beiden Rollen der Plattform tragen: Türkis für Creator, Lila für Clients. Auf knallige Signalfarben wie Gelb verzichte ich, damit die Farben der Projekte selbst wirken können.

Brand Navy
#263A5E

Creator Teal Light
#6FFFE9

Client Purple Light
#CFC4EC

Creator Teal
#189490

Client Purple
#8268C8

Danger Red
#EF4444

Card White
#FFFFFF

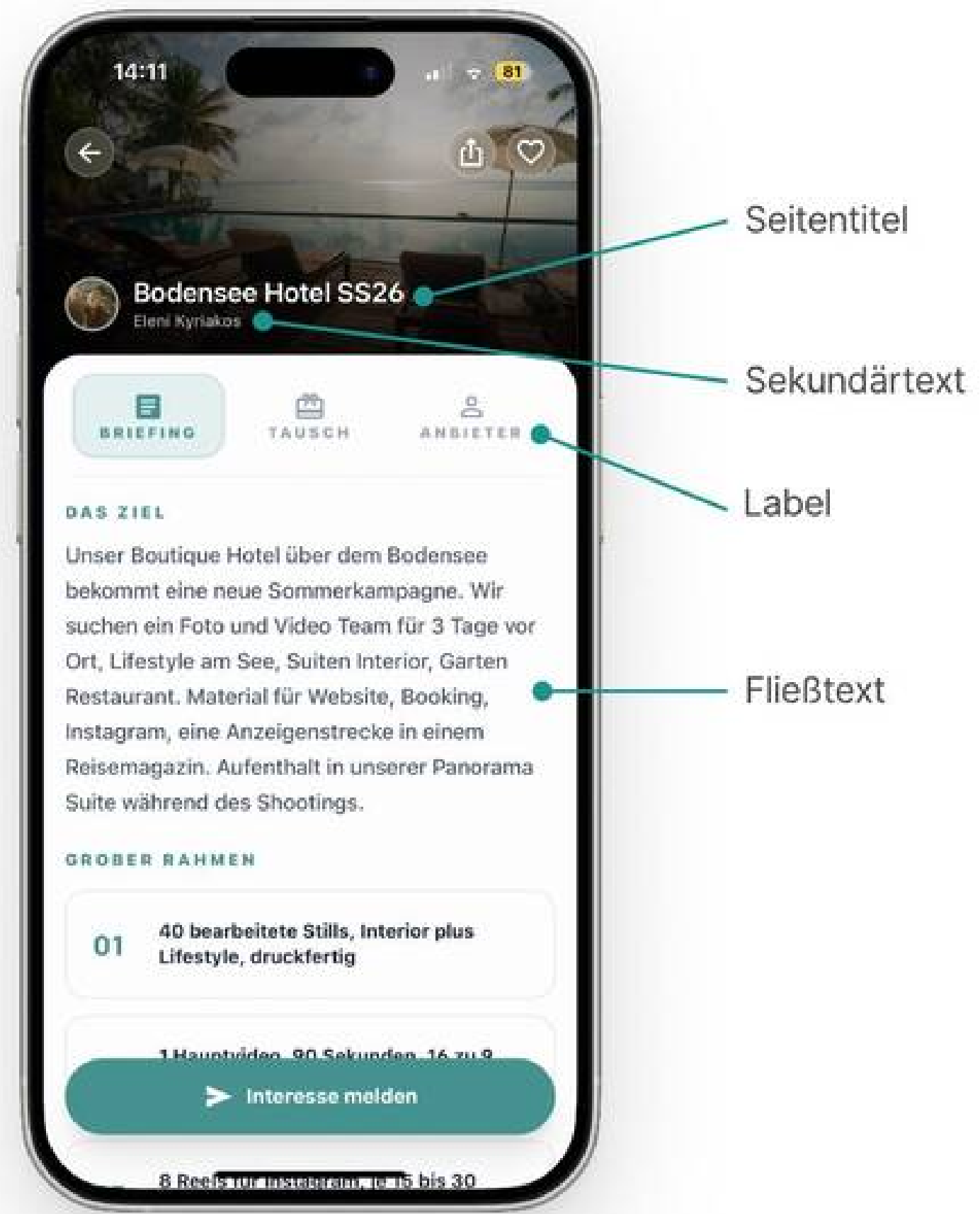
Ink Text
#1C2541

App Mist
#EBEEF4

Midnight Navy
#0B132B

Steel Blue
#3B506B

Typografie



Seitentitel

Sekundärtext

Label

Fließtext

Manrope
36 px / Bold

Hero-Überschrift

Manrope
28 px / Bold

Seitentitel

Manrope
24 px / Bold

Card-Titel

Manrope
18 px / Bold

Zwischenüberschrift

Inter
17 px / Regular

Fließtext

Inter
13 px / Medium

Sekundär- und Metatext

Inter
11 px / Black

LABEL / CHIP / TAG

Reenie Beanie
24 px / Regular

Akzentschrift

Bildsprache

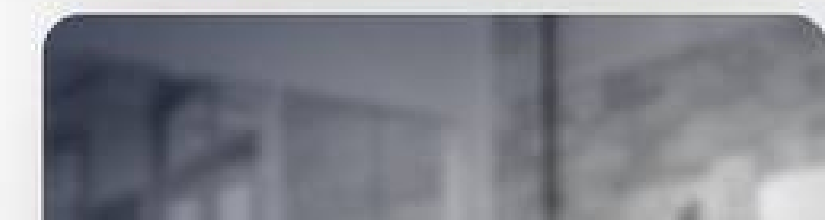
Temova lebt von Bildern. Jedes Projekt zeigt echte Arbeiten, und die Startseite wird von großen Motiven getragen. Doch genau darin liegt die eigentliche **Herausforderung**: Die Bilder kommen **von den Nutzenden**, ihre **Qualität** kann ich nicht vorgeben. Meine Bildsprache ist die **Antwort** darauf. Drei klare **Regeln** sorgen für Ruhe und ein einheitliches **Niveau**, ohne die Vielfalt der Kreativen einzuschränken.

Hero-Bereich: automatisches Tagesbild

Der Hero-Bereich zeigt **standardmäßig** ein Motiv, das sich jeden Tag automatisch **ändert** und dabei immer zur eingegebenen **Rolle** des Nutzers **passt**. So sieht jede Person Bilder aus ihrer eigenen Welt, und die App bleibt **lebendig**, ohne dass jemand Motive pflegen muss. Dieses Tagesbild ist immer **schwarz-weiß**: Dadurch lenkt es nie von Inhalt und Bedienung ab, und selbst sehr unterschiedliche Motive wirken wie aus einer Hand.

Hero-Bereich: eigenes Bild hochladen

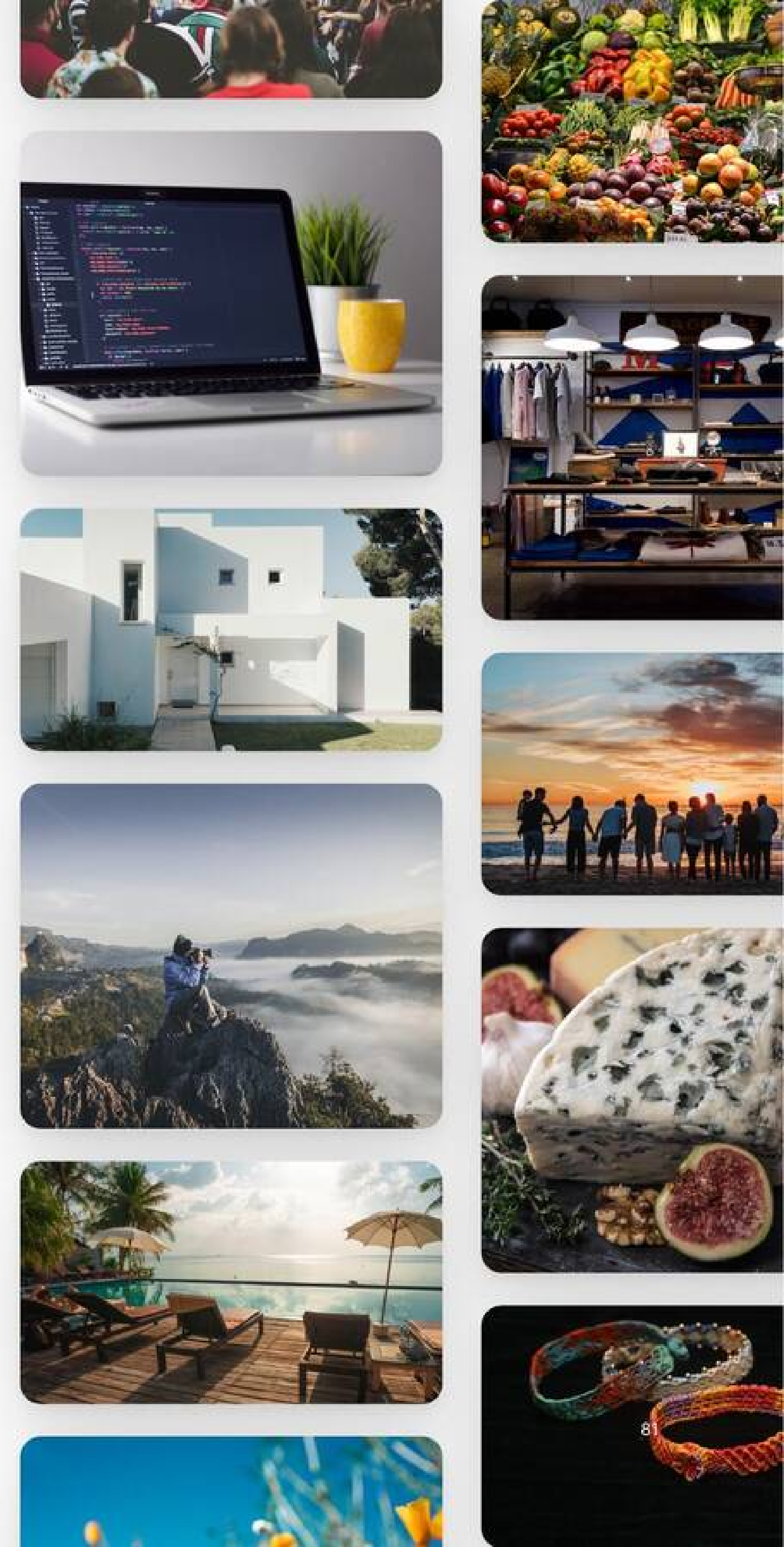
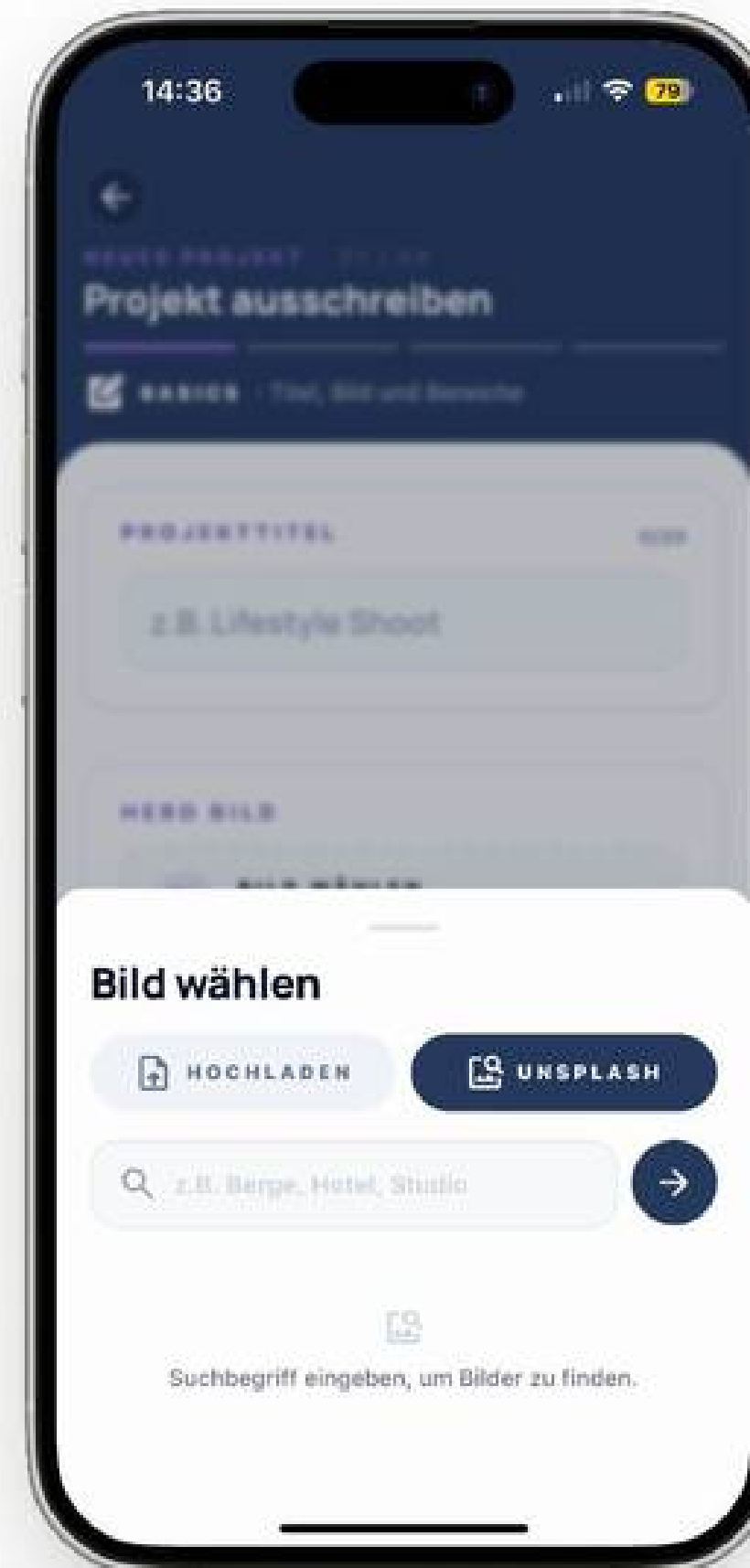
Wer der Startseite eine **persönliche Note** geben will, kann im Hero-Bereich ein **eigenes Bild** hochladen, etwa ein Fotograf, der seine Arbeiten bewusst in Farbe zeigt. Die Wahl zwischen Farbe und Schwarz-Weiß gilt nur für dieses selbst gewählte Bild. Das automatische Tagesbild bleibt davon unberührt und weiterhin schwarz-weiß, sodass die ruhige Grundhaltung erhalten bleibt.



Bildsprache

Projekterstellung: Bildsuche über Unsplash

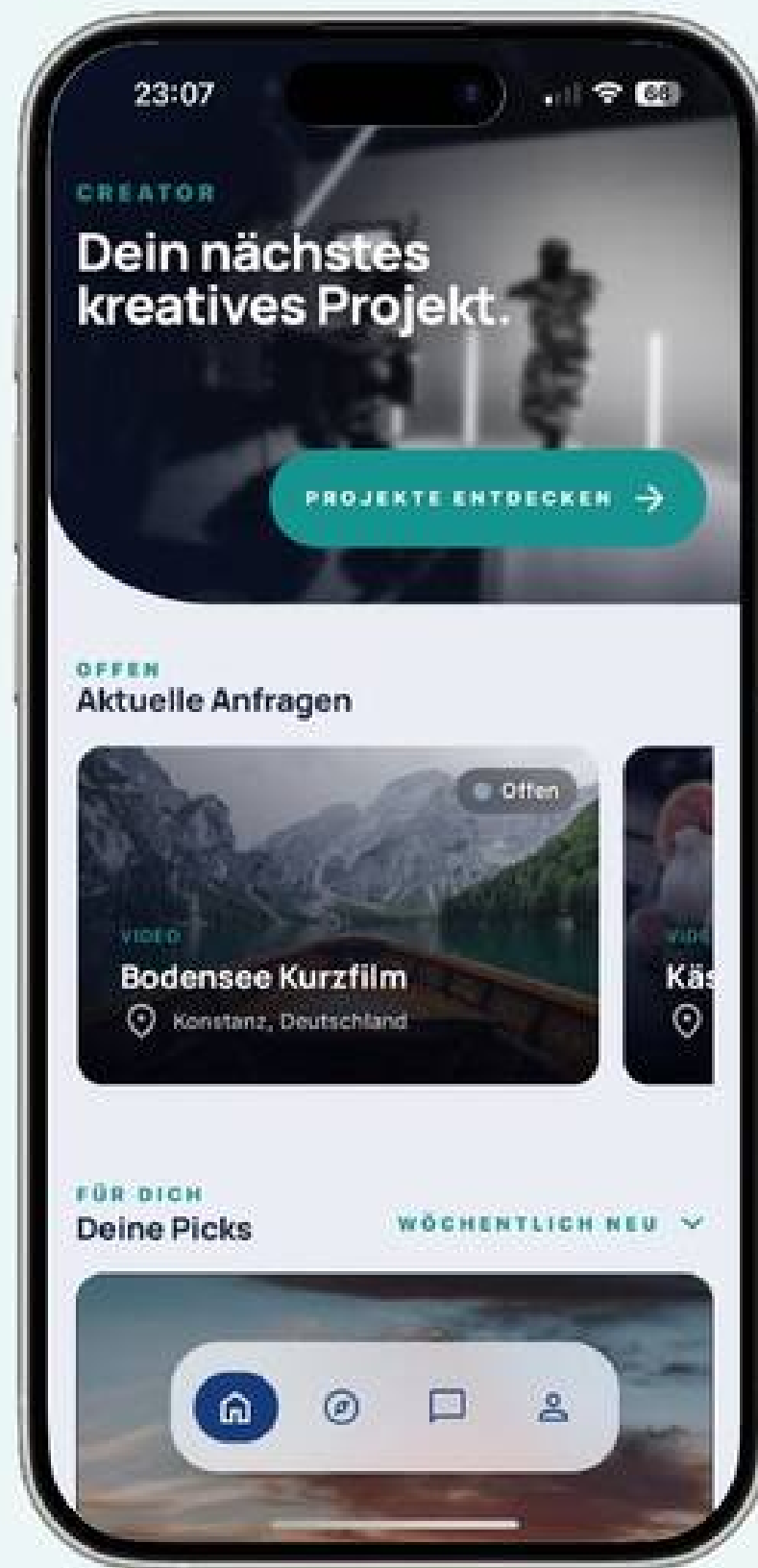
Beim **Anlegen** eines **Projekts** im Client-Bereich kann man nicht nur **eigene Fotos** hochladen, sondern direkt über eine **Unsplash-Suche** ein passendes, hochwertiges Bild wählen. Gerade weil das fotografische Können der Nutzenden sehr unterschiedlich ist, hat so jedes Projekt von Anfang an einen **ansprechenden, stimmigen Look**, auch ganz ohne eigene Profi-Aufnahmen.



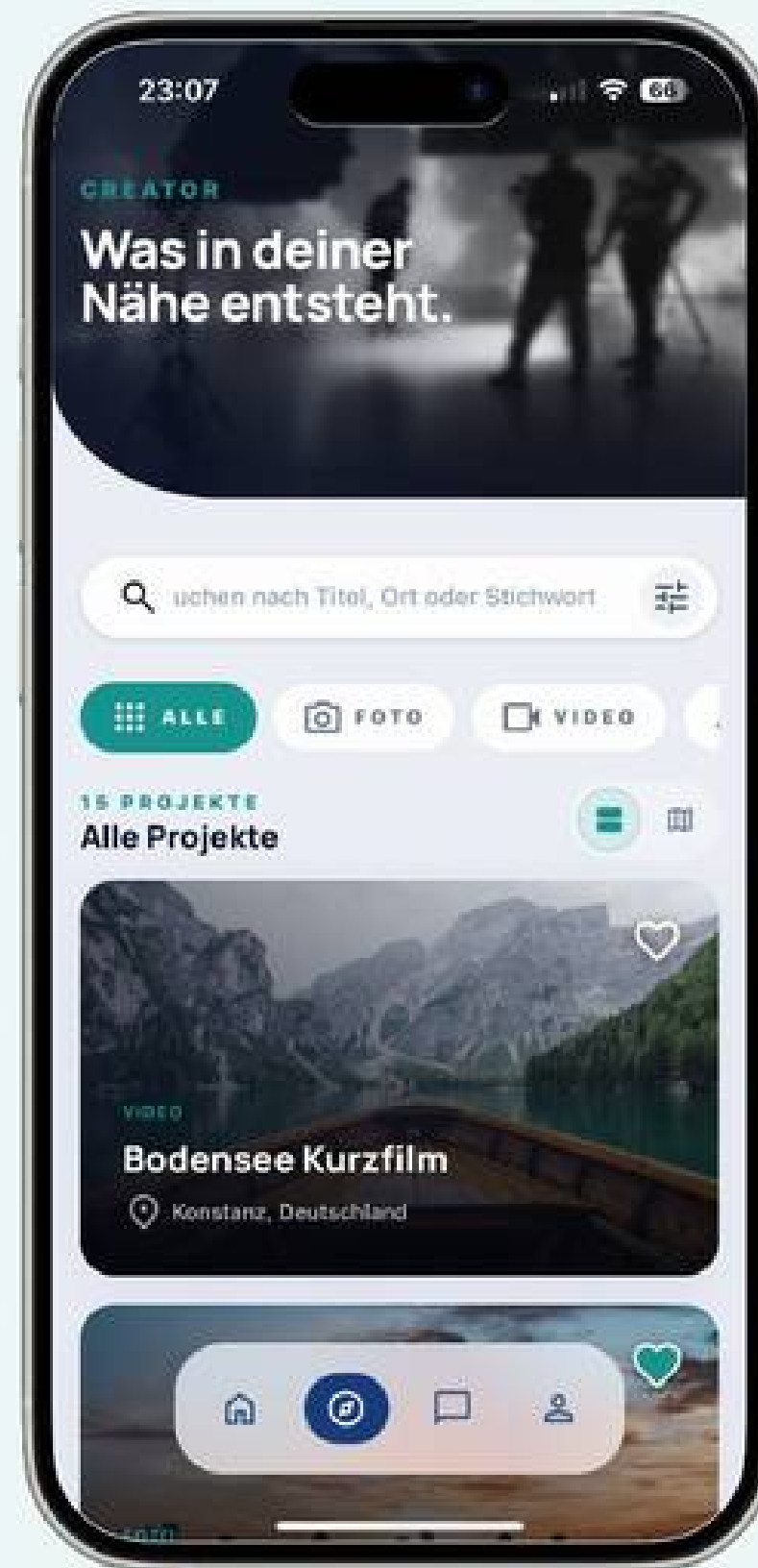
Screens

Auf Grundlage von Informationsarchitektur, Designprozess und Styleguide sind die finalen Screens entstanden. Ich zeige sie getrennt nach den beiden Rollen **Creator und Client** und gehe die **zentralen Bereiche** jeweils im Detail durch. Dabei wird deutlich, wie die zuvor definierten Prinzipien konkret in der Oberfläche umgesetzt sind.

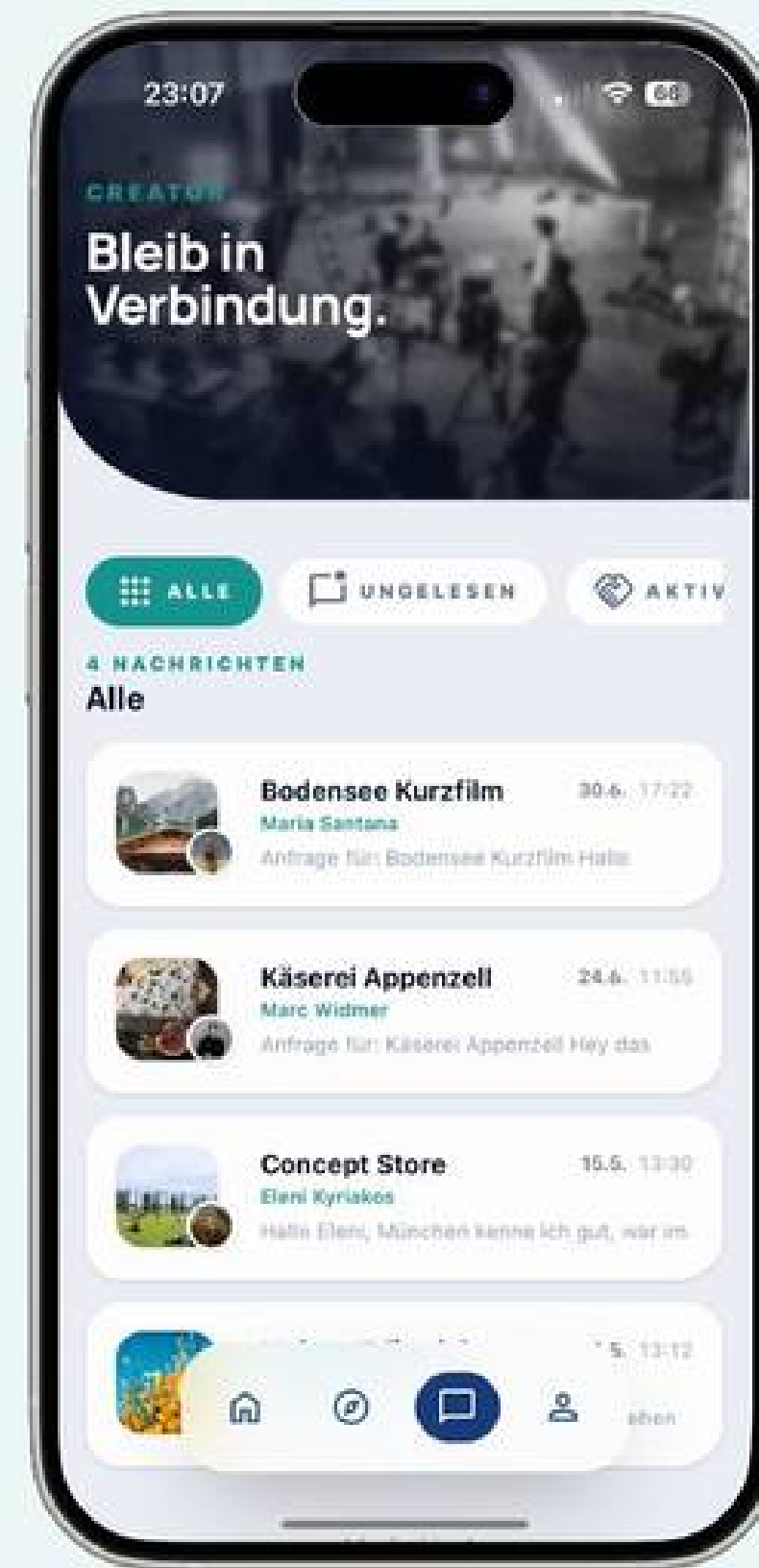
Creator: Die vier Hauptbereiche



Home



Explore

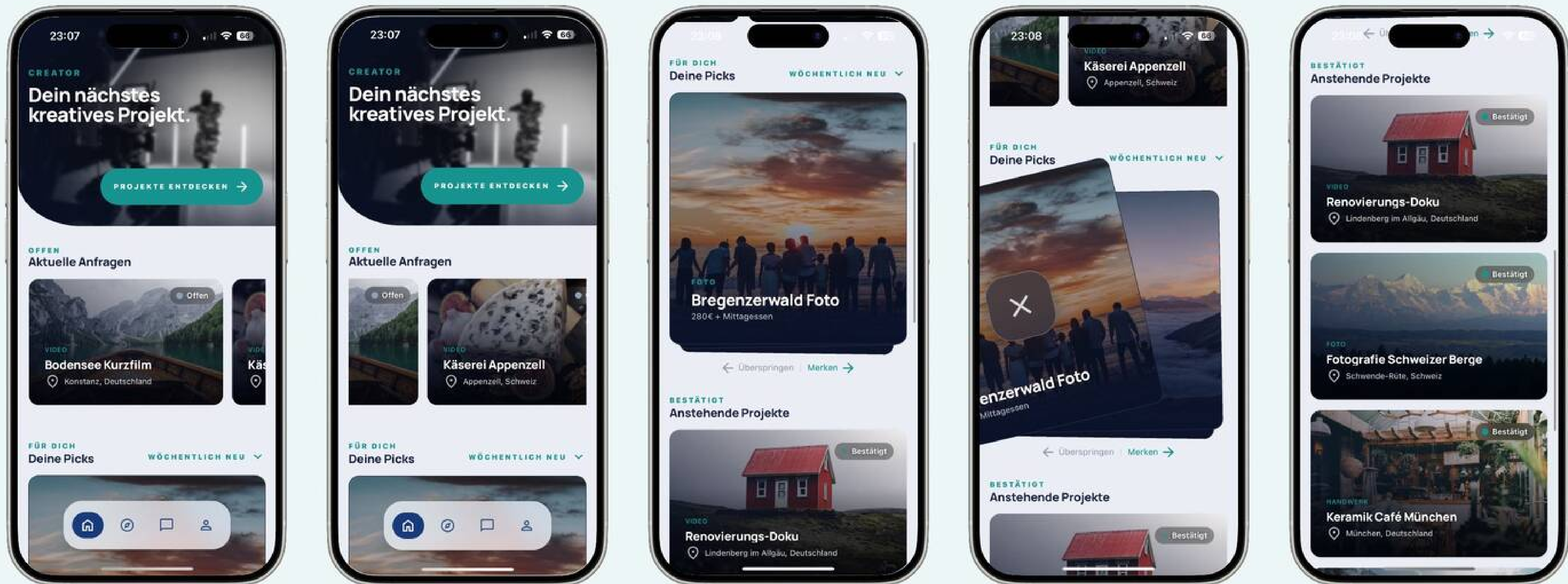


Chat

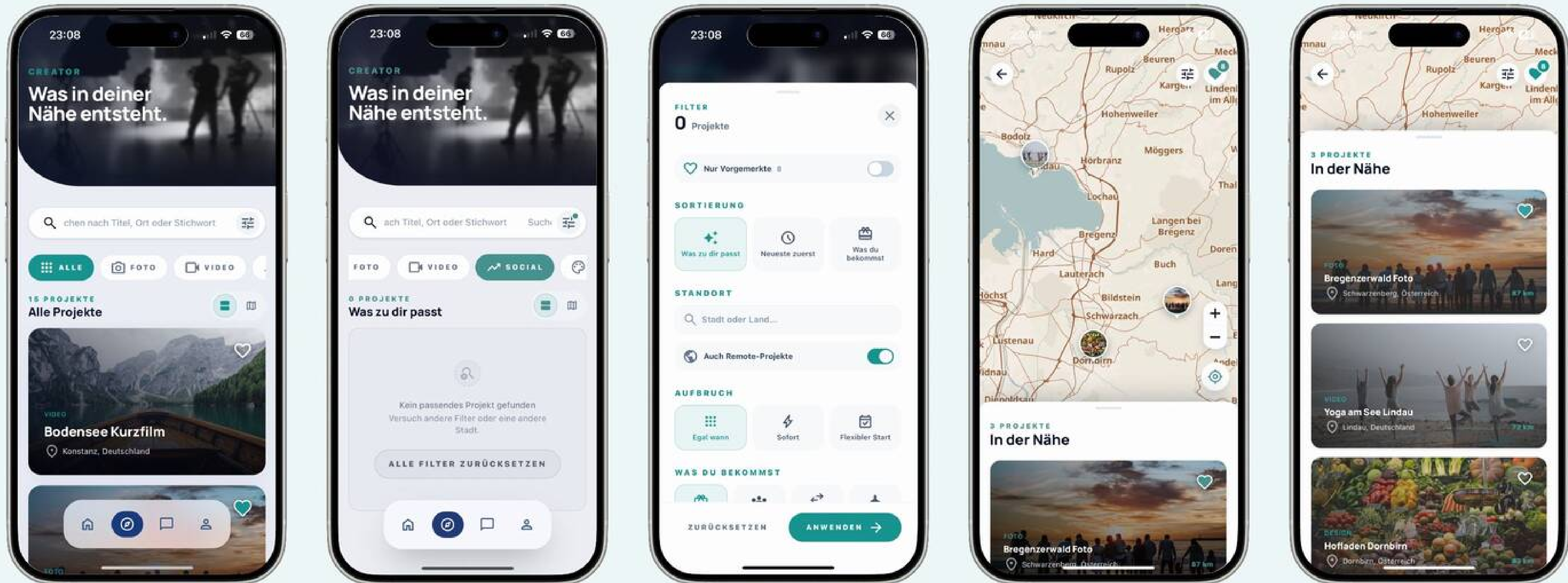


Profil

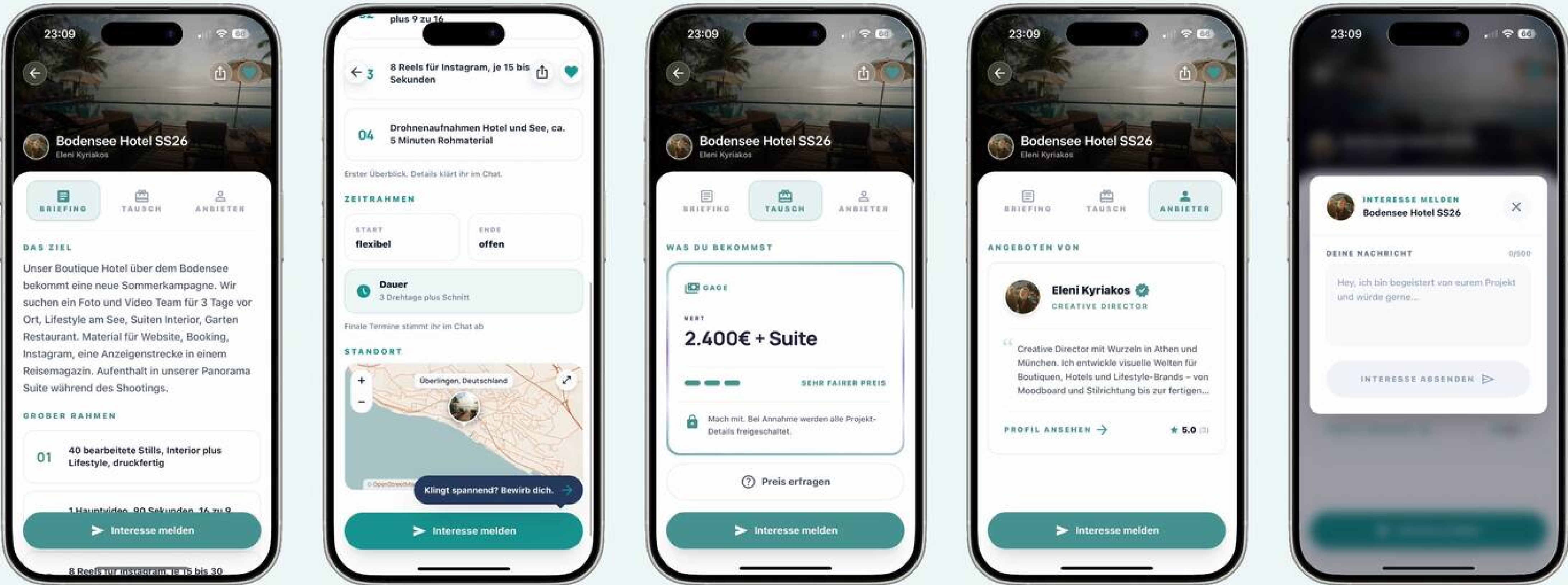
Creator: Home-Page im Detail



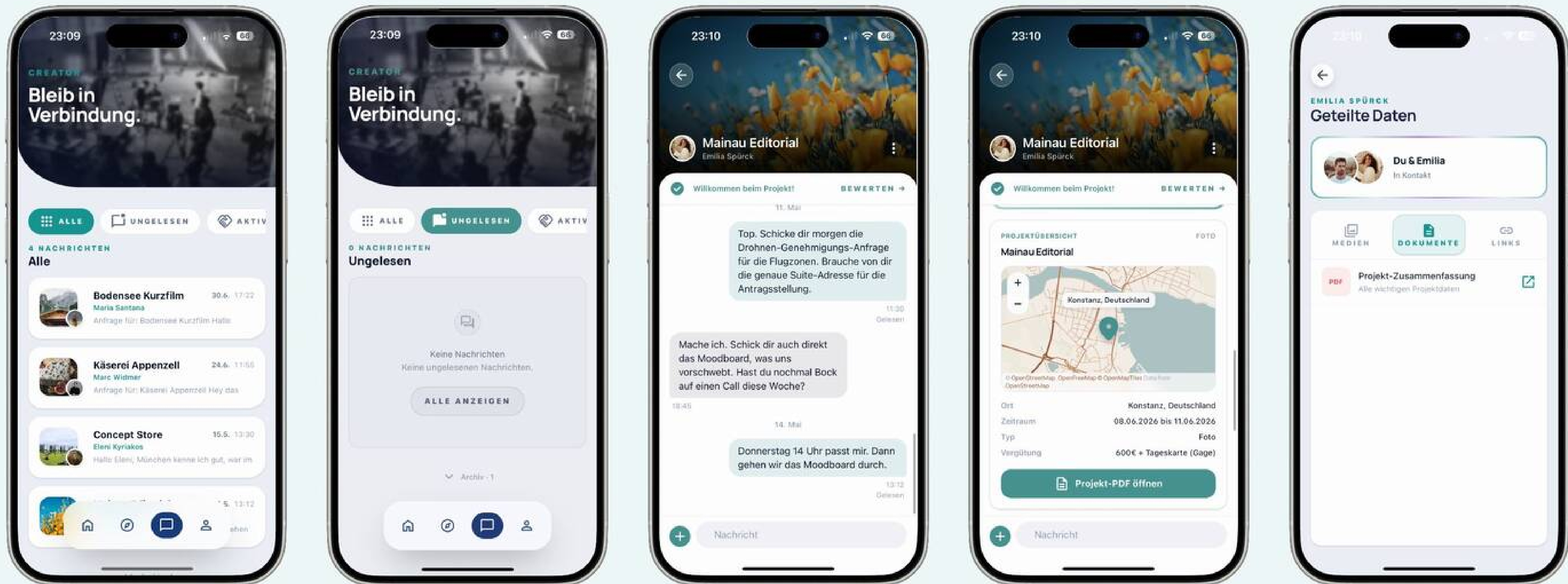
Creator: Explore-Page im Detail



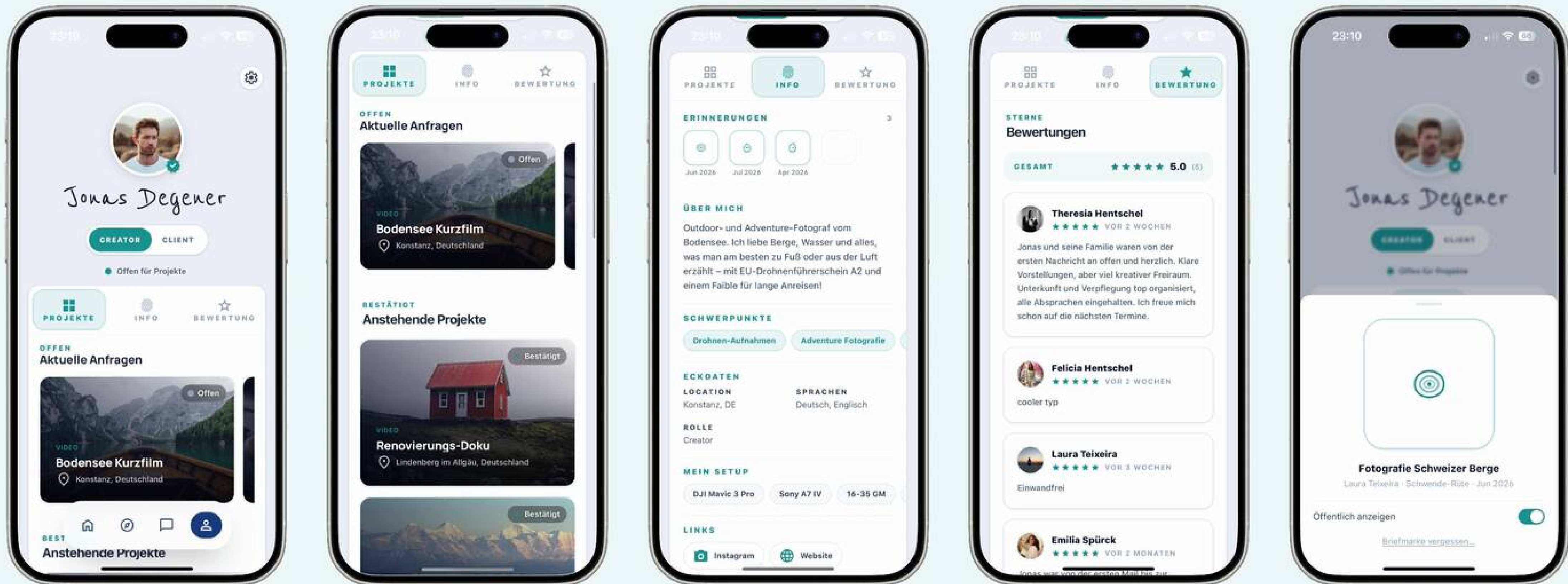
Creator: Projekt-Detail



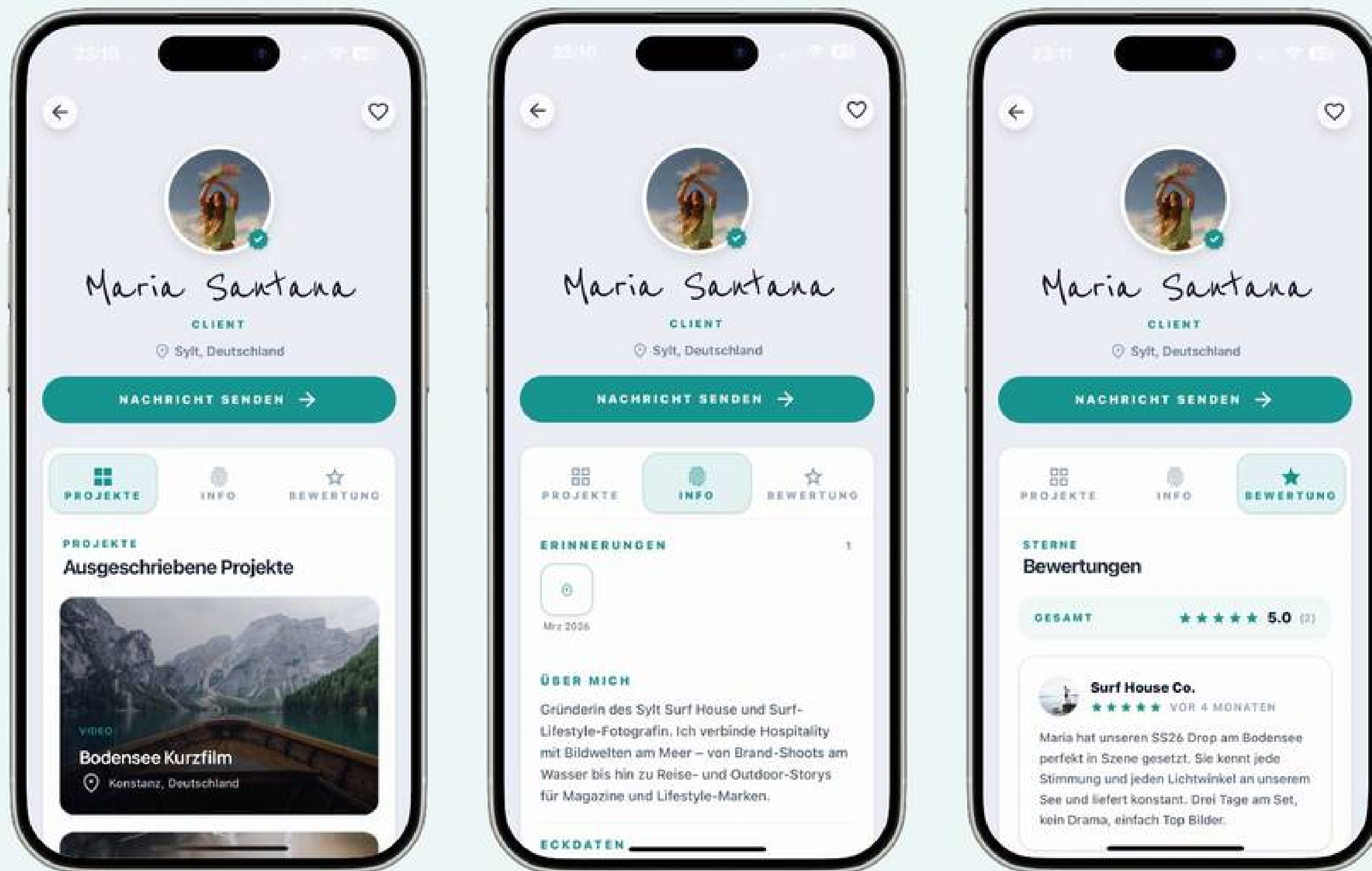
Creator: Chat-Page im Detail



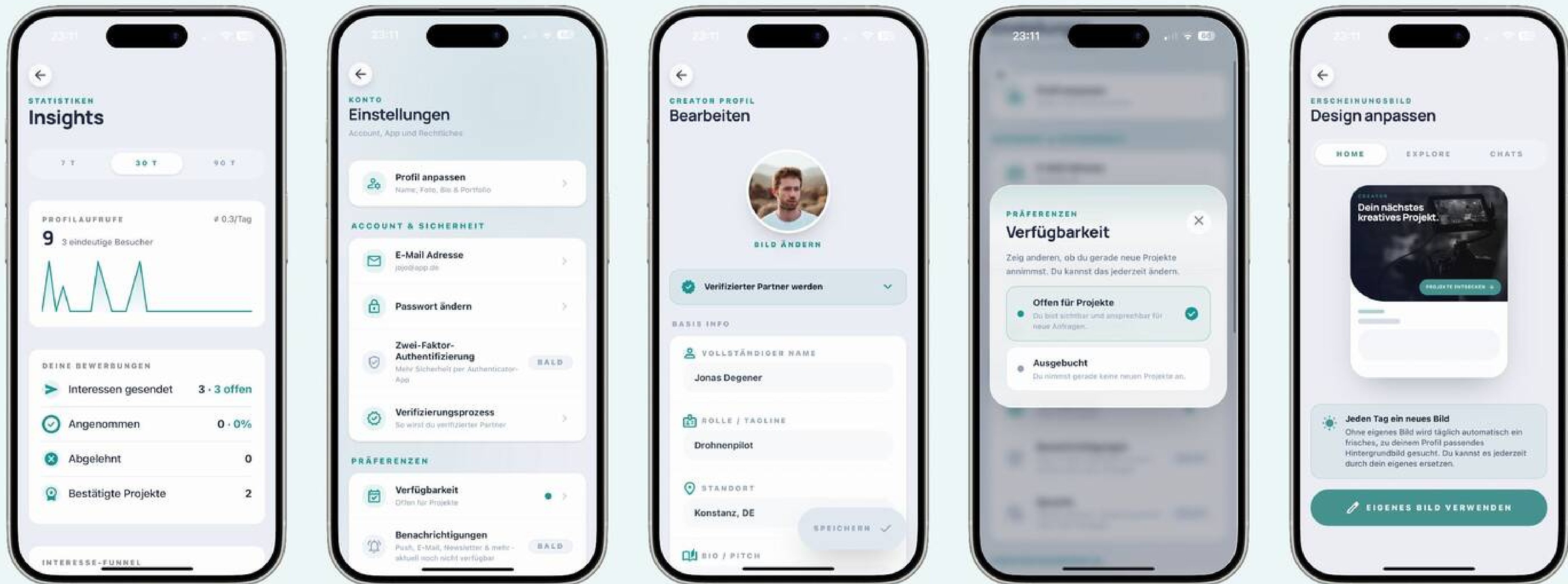
Creator: Profil-Page im Detail



Creator: Profilansicht vom Client



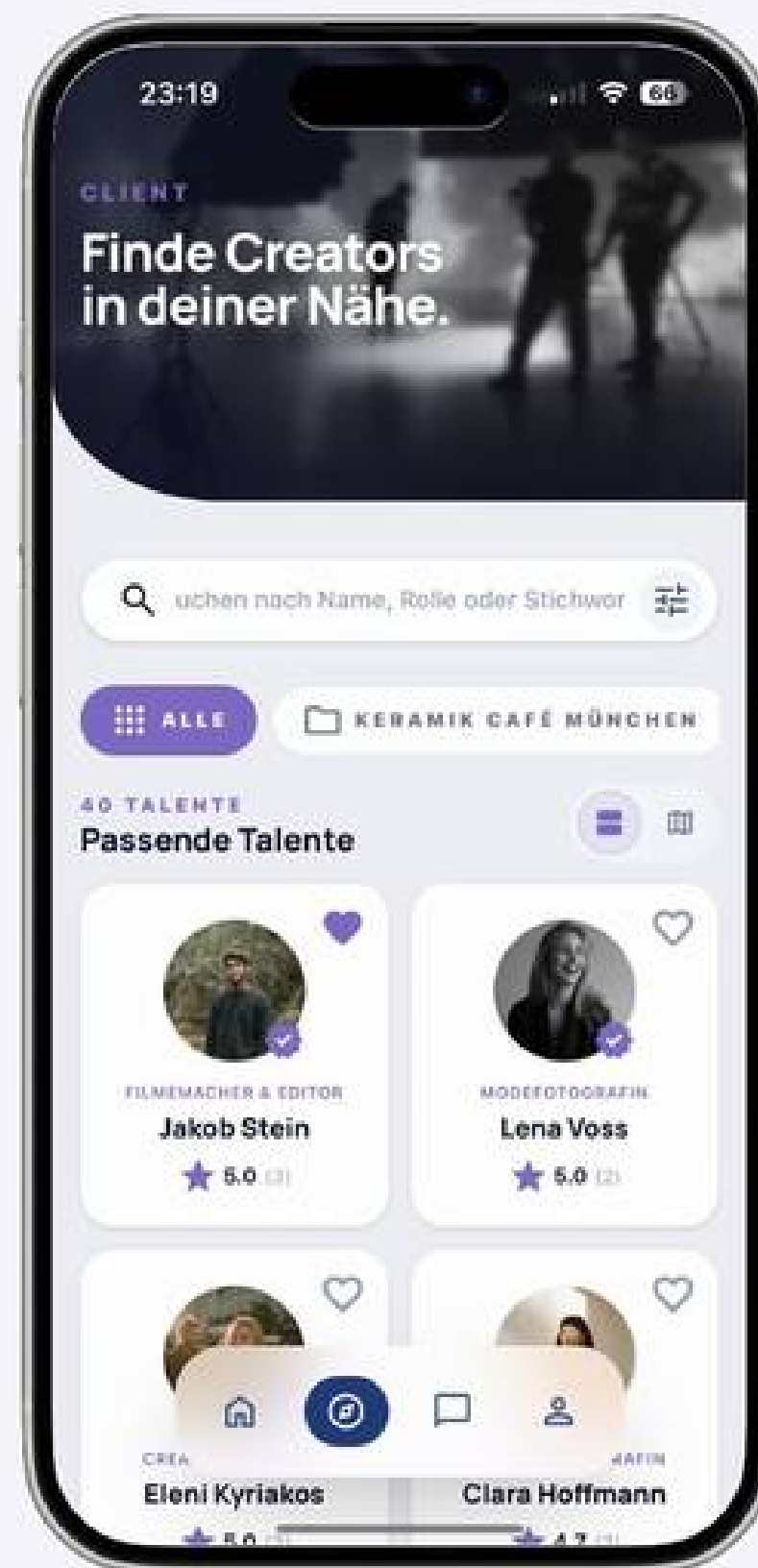
Creator: Insights, Einstellungen, Personalisierungen



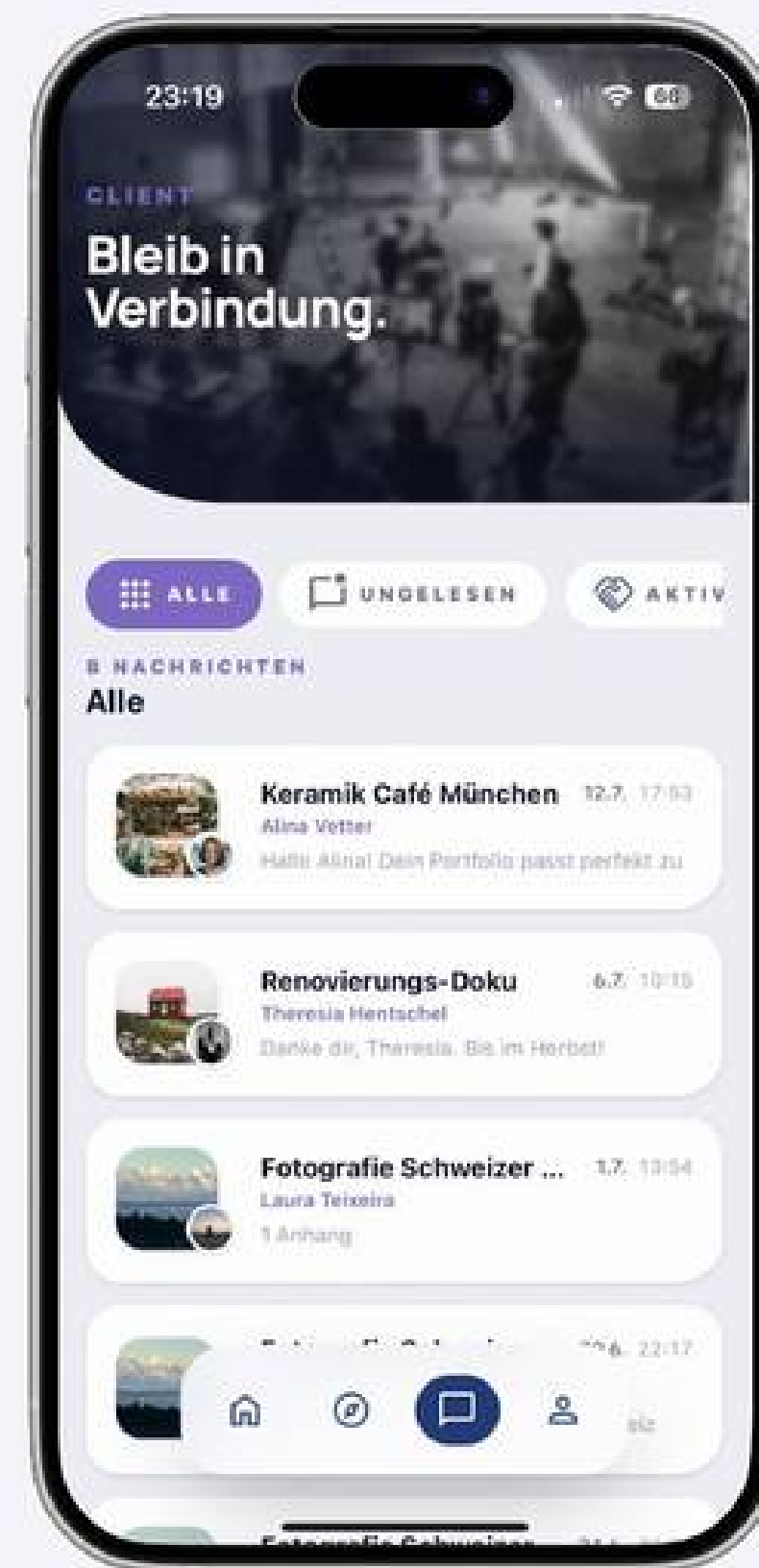
Client: Die vier Hauptbereiche



Home



Explore

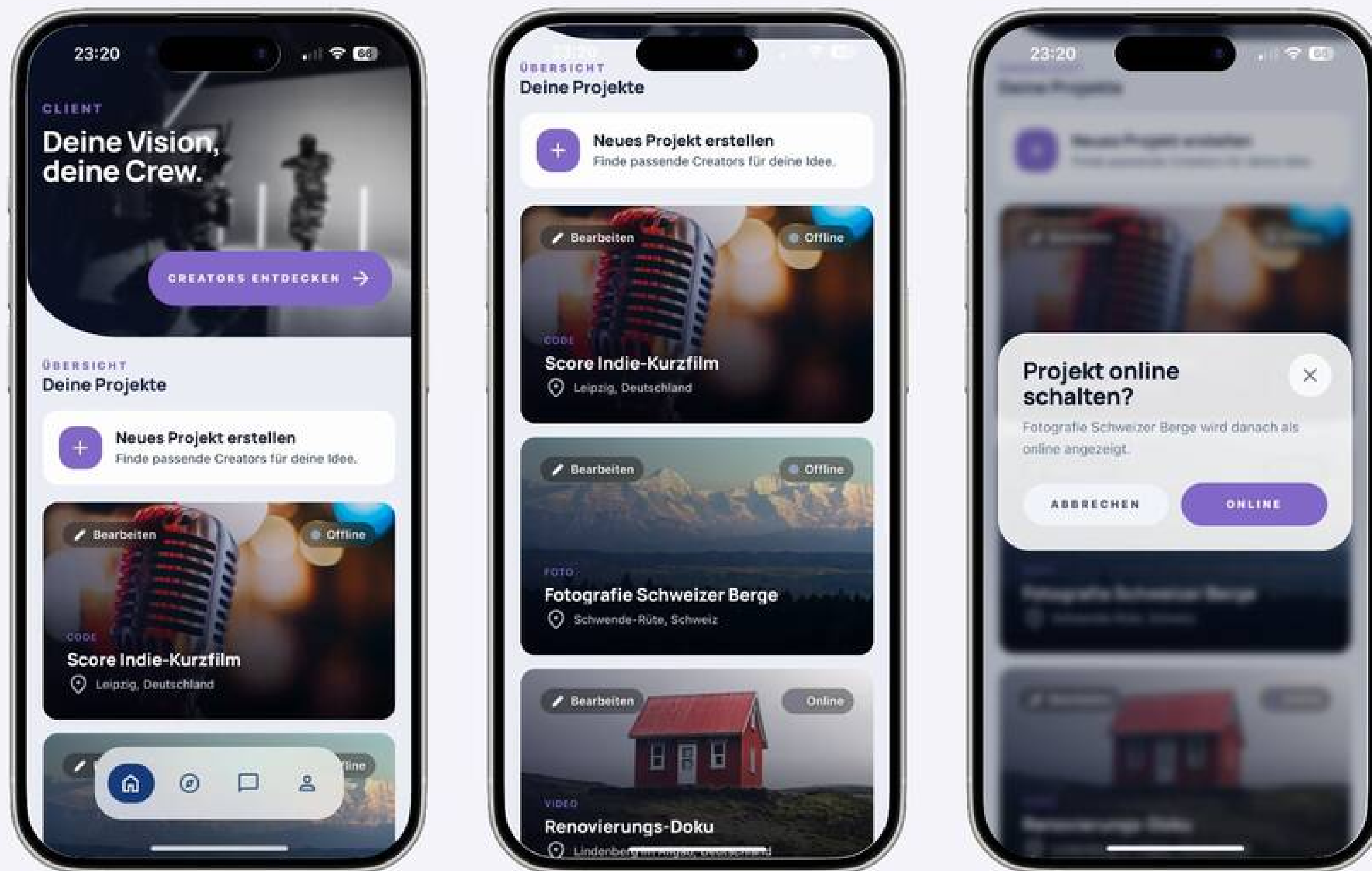


Chat

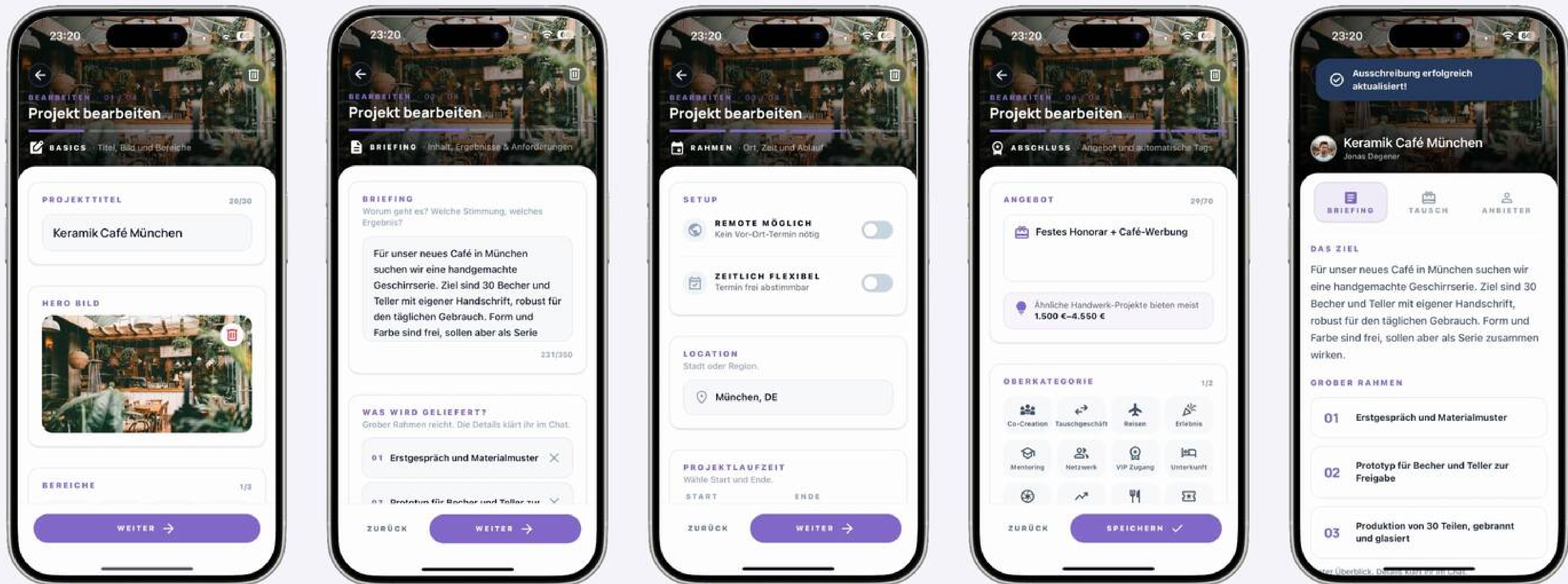


Profil

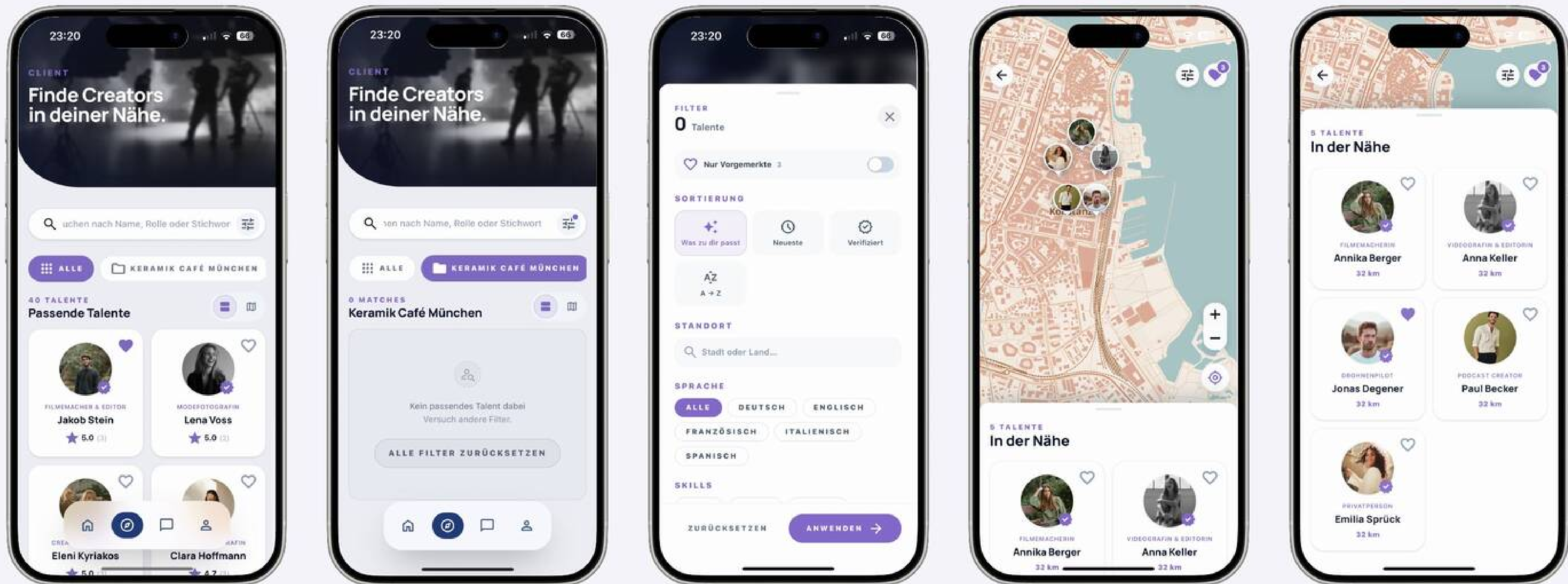
Client: Home-Page Detail



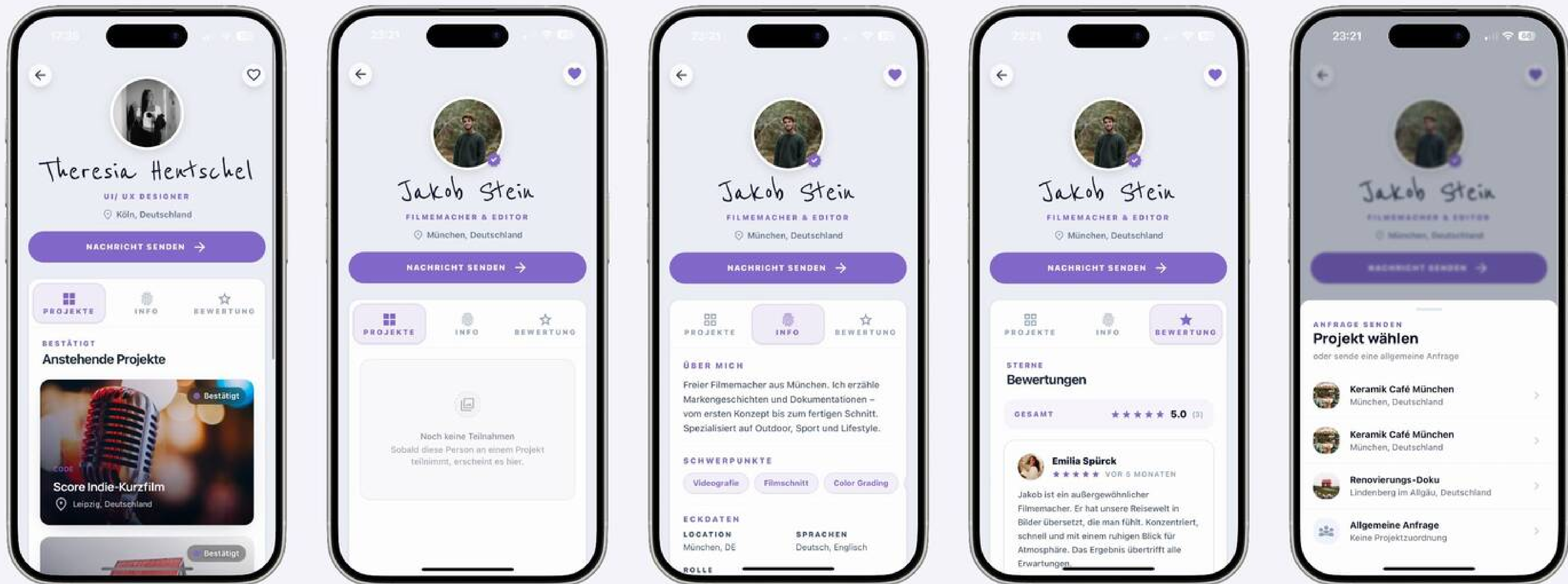
Client: Projekt erstellen/ bearbeiten



Client: Explore-Page im Detail



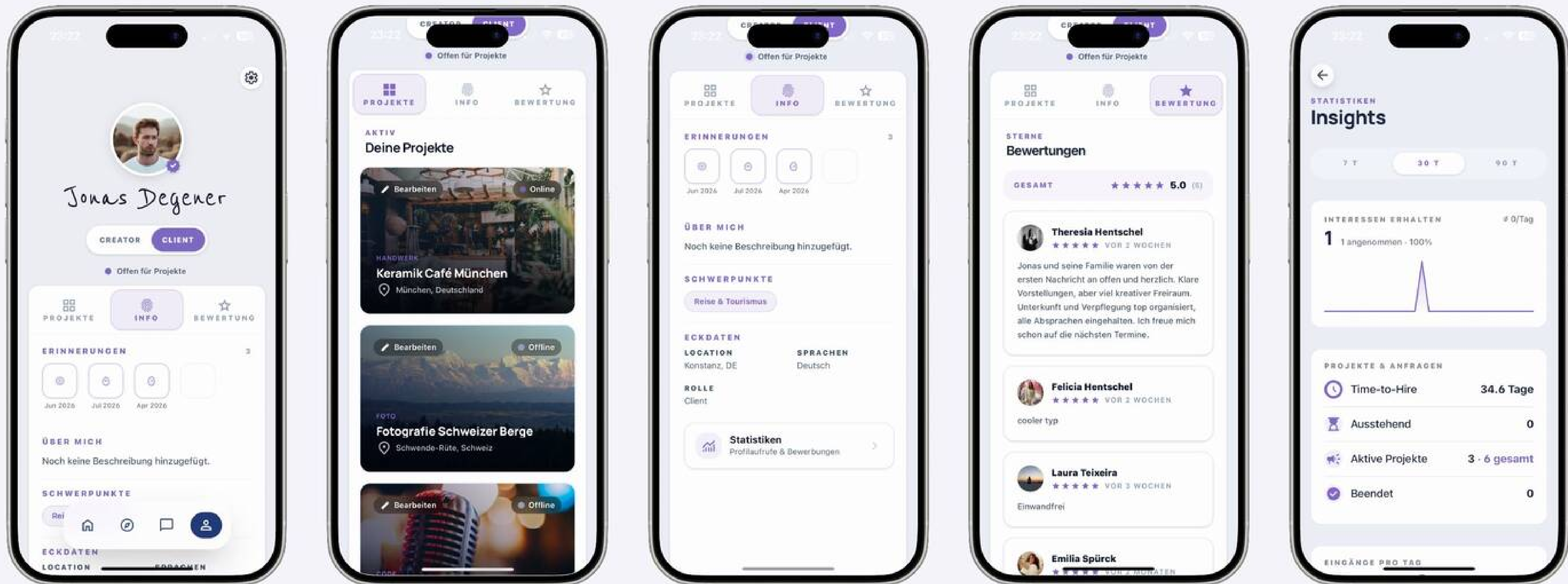
Client: Profilansicht vom Creator



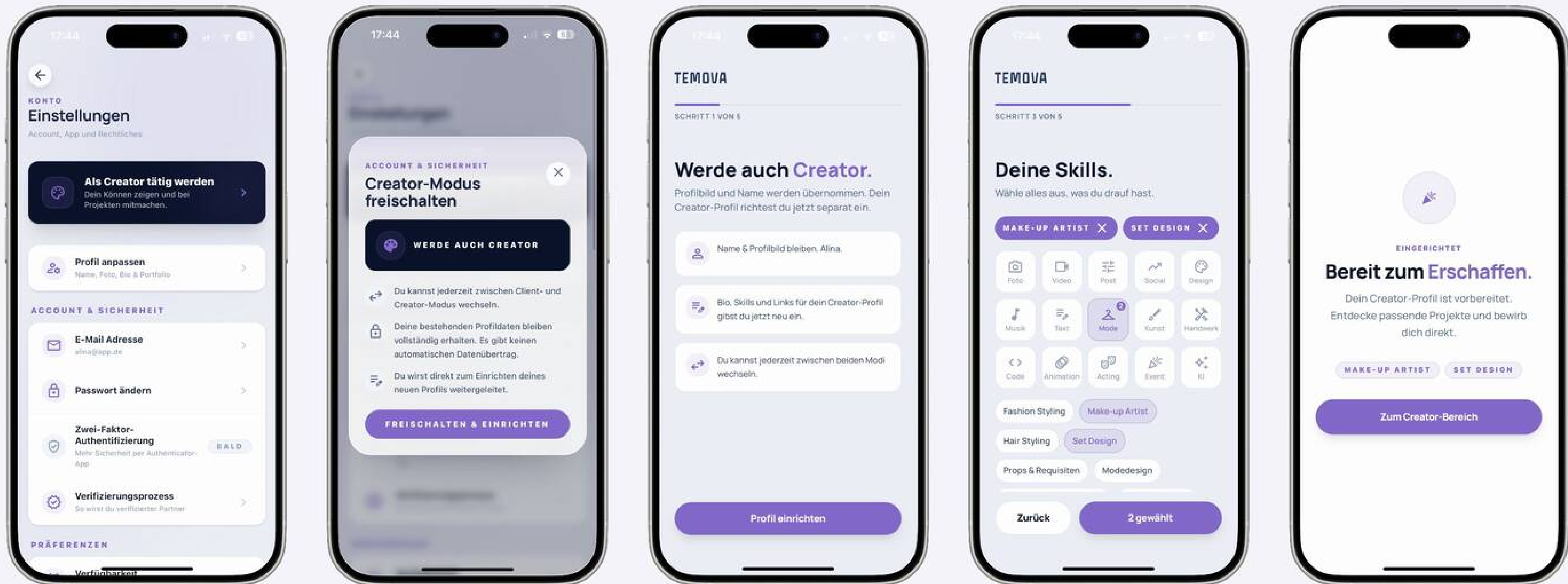
Client: Chat-Page im Detail



Client: Eigenes Profil im Detail



Client: Erstellung Creator Profil



App Walkthrough

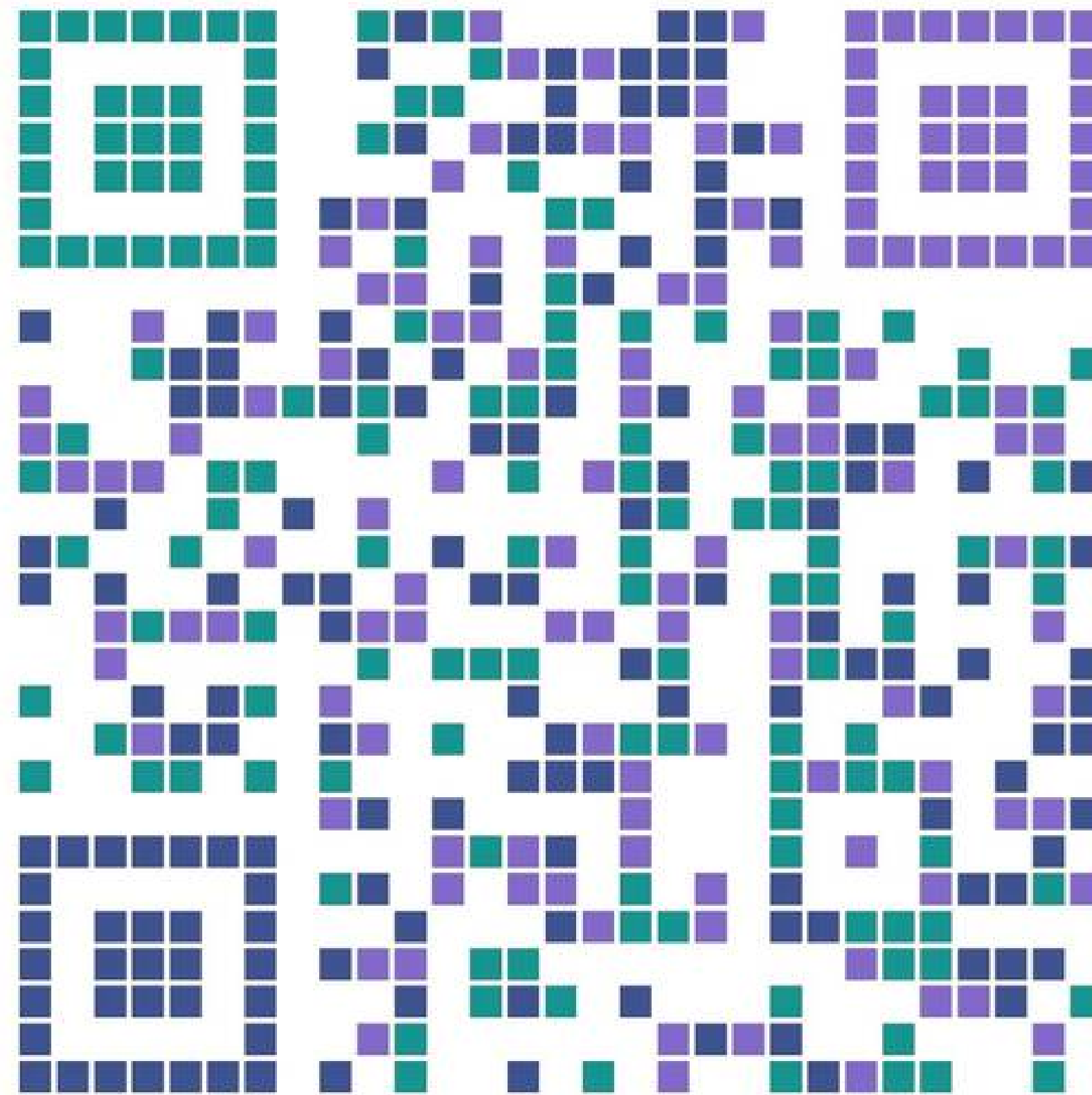


Walkthrough-Video direkt auf
YouTube anschauen

<https://youtu.be/bZysc5WtGkc>

App Download

Direkt über TestFlight auf einem
iOS-Gerät installierbar



<https://testflight.apple.com/join/dPWSQf7h>

Thinking-Aloud-Test	102
Semantisches Differential	106
Beta-Test	109

Testing.

Thinking-Aloud-Test

Den Thinking-Aloud-Test habe ich bewusst als **Zwischenstand** mitten in der Entwicklung durchgeführt, nicht erst am Ende. Mein Ziel war es, früh zu **überprüfen**, ob der Prototyp grundsätzlich so funktioniert, wie ich ihn gedacht hatte: ob die **Navigation** verständlich ist, ob Nutzer*innen die zentralen Abläufe ohne Erklärung finden und ob das Grundkonzept, insbesondere die Idee der Gegenleistung statt reiner Bezahlung, **intuitiv verstanden** wird.

Insgesamt habe ich drei Durchläufe mit Personen aus der Kernzielgruppe geführt, im Mai und Juni. Die Testpersonen haben dabei **laut ausgesprochen**, was sie sehen und erwarten. Weil sich die Rückmeldungen wiederholt haben, dokumentiere ich hier den zweiten Test, der die meisten neuen Erkenntnisse gebracht hat.

Ergebnisse: Gut funktioniert



Was schon gut funktioniert hat

Der **Einstieg** gelang mühelos. Die Testperson verstand den Homescreen sofort, fand Anfragen, gespeicherte Picks und die bereits bestätigte Expedition. Besonders positiv aufgenommen wurden die **Vielfalt der Filter** („cool, dass man direkt so viel Filter hat“), die direkte Sichtbarkeit von Ort und Kategorie auf den Projektkarten, der Hinweis auf wöchentlich neue Inhalte sowie die Profilbearbeitung mit Sprachen, Skills und Equipment, die mehrfach spontan begeisterte Reaktionen auslöste. Auch das **Kernkonzept** überzeugte: Das Prinzip der **Gegenleistung** (Produktpaket, Gutschein, kostenlose Übernachtung) wurde sofort verstanden und als attraktiv bewertet. Beim **Wechsel** in die **Client-Rolle** erkannte die Testperson selbstständig den Unterschied, dass nun Menschen und Teams statt Projekte angezeigt werden.

Ergebnisse: Bedienhürden



Die hier aufgeführten Punkte sind beispielhafte Rückmeldungen aus dem Test, die ich anschließend behoben und in die Weiterentwicklung eingearbeitet habe.

Uneinheitliche Ortsangaben

Auf einer Projektkarte war nur das Land („Schweiz“) sichtbar, auf einer anderen die konkrete Stadt („München“). Die Testperson empfand die reine Länderangabe als zu unspezifisch und wählte gezielt das Projekt mit klarer Ortsangabe.

Auffindbarkeit gespeicherter Projekte

Um ein gemerktes Projekt erneut zu kontaktieren, suchte die Testperson zunächst nach einer Favoriten- bzw. Merkliste, fand diese nicht eindeutig und kehrte stattdessen über „Projekte entdecken“ zurück.

Zu kleine Schaltfläche

Beim Offline-Stellen eines Projekts kam es zu einem Fehlklick, ein Hinweis auf eine zu kleine Schaltfläche an dieser Stelle.

Prototyp-Zustandsfehler

An einer Stelle wirkte eine Bewerbung bereits abgeschickt, obwohl der Schritt noch nicht ausgeführt war. Beim Rollenwechsel zum Client wurden zudem kurzzeitig ein falscher Name und eine falsche Anzeige eingeblendet.

Impulse für die Weiterentwicklung

Aus dem Test entstand außerdem eine konkrete Funktionsidee: die Möglichkeit, gezielt nach Art der Gegenleistung zu filtern (etwa Unterkunft oder Gage), damit Creator sofort erkennen, was ein Projekt bietet.

Thinking-Aloud-Test anschauen

direkt in YouTube öffnen



<https://youtu.be/2ZbtX0Xg-SQ>

Semantisches Differential

(angelehnt an den UEQ)

Um die Nutzererfahrung zusätzlich messbar zu machen, habe ich ein **semantisches Differential** eingesetzt, das an den **User Experience Questionnaire** (UEQ) angelehnt ist. Dabei bewerten die Testpersonen die App auf 20 Gegensatzpaaren, jeweils auf einer Skala von -3 bis $+3$. Die Paare lassen sich den sechs UEQ-Dimensionen Attraktivität, Durchschaubarkeit, Effizienz, Steuerbarkeit, Stimulation und Originalität zuordnen. Ergänzend habe ich die **System Usability Scale** (SUS) erhoben, einen etablierten Standardfragebogen zur wahrgenommenen Bedienbarkeit.

Semantisches Differential

(angelehnt an den UEQ)

Ergebnisse

Die Auswertung des an den UEQ angelehnten semantischen Differentials zeigt über alle sechs Dimensionen hinweg **positive Werte** auf der Skala von -3 bis +3. Am stärksten schneidet die **Stimulation** mit +2,17 ab, gefolgt von der **Effizienz** mit +2,00 und der **Durchschaubarkeit** mit +1,83. Steuerbarkeit und Originalität liegen mit je +1,67 etwas niedriger, aber ebenfalls klar im positiven Bereich. Der Gesamtwert, der in der Kurzform des UEQ als Attraktivitäts-Indikator dient, liegt bei +1,88. Mit einer pragmatischen Qualität von +1,83 und einer hedonischen Qualität von +1,92 wird Temova also nicht nur als **funktional**, sondern gleichermaßen als **angenehm und ansprechend** erlebt.

Die System Usability Scale ergibt einen Mittelwert von 82,5 von 100 Punkten. Nach der gängigen Einordnung gilt ein Wert ab 80,3 als „excellent“, Temova liegt damit über der Schwelle für eine als exzellent wahrgenommene **Bedienbarkeit** und deutlich über dem allgemeinen Durchschnittswert von 68. Auch einzeln betrachtet bestätigt sich das Bild: Alle 9 Testpersonen bewerten die App mit Werten zwischen 70 und 90 durchweg **positiv**.

The image displays three overlapping sheets of the UX-Testing-Bogen (UX-Testing Form) for Temova. The top sheet is the main form, showing sections for 'Teil A: Usability-Test Aufgaben (SEQ)' and 'Teil B: System Usability Scale (SUS)'. The middle sheet shows 'Teil C: User Experience Questionnaire (UEQ)' with a grid for semantic differential items. The bottom sheet is a continuation of the UEQ grid.

Teil A: Usability-Test Aufgaben (SEQ)

Teil A: Usability-Test Aufgaben (SEQ)

SEQ: 1 = sehr gut, 2 = gut, 3 = befriedigend, 4 = mäßig, 5 = schlecht

Aufgabe	1	2	3	4	5	6	7	Beobachtung
A1: Ein passendes Projekt finden und öffnen								
A2: Als Auftraggeber einen Creator anfragen								
A3: Eine Nachricht im Chat schreiben								
A4: Als Auftraggeber ein Projekt ausschreiben								
A5: Das eigene Profil anpassen								
A6: Zwischen Creator und Client-Modus wechseln								
A7: Den Begleichungsbereich (Tagestabelle) auf der Startseite einrichten								

Teil B: System Usability Scale (SUS)

Teil B: System Usability Scale (SUS)

SUS: 1 = binne gar nicht, 2 = binne sehr gut

Aussage	1	2	3	4	5
1. Ich kann mir gut vorstellen, die App regelmäßig zu nutzen.					
2. Ich finde die App ziemlich komplex.					
3. Ich finde die App einfach zu bedienen.					
4. Ich benötige Hilfe, um die App nutzen zu können.					
5. Die Funktionen sind gut aufeinander abgestimmt.					
6. Es gibt zu viele Unteroptionen in der App.					
7. Die meisten werden die App schnell verstehen.					
8. Die App ist unverständlich zu bedienen.					
9. Ich könnte mich bei der Nutzung zetteln.					
10. Ich würde viel lernen, bevor ich kunden konnte.					

Teil C: User Experience Questionnaire (UEQ)

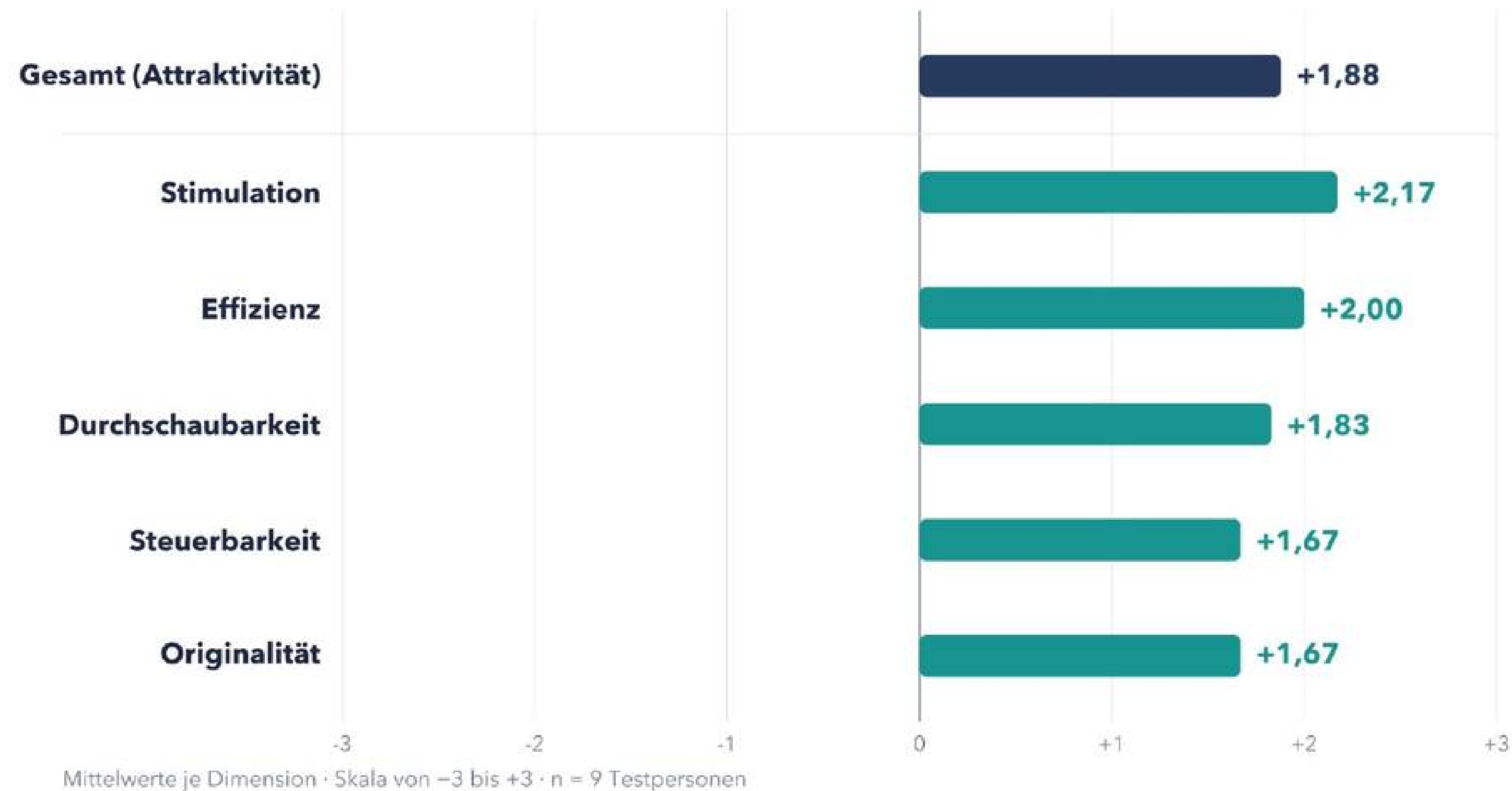
Teil C: User Experience Questionnaire (UEQ)

Die Bewertung der Items ist auf einer Skala von -3 (schlecht) bis +3 (gut) zu erfolgen.

Item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bedienbarkeit										
Effizienz										
Durchschaubarkeit										
Stimulation										
Originalität										
Steuerbarkeit										

Semantisches Differential

(angelehnt an den UEQ)



Beta-Test

Um den Prototyp unter **realen Bedingungen** zu erproben, habe ich Temova über Apple TestFlight als **Beta** verteilt. So konnten Testnutzer die App auf ihren eigenen Geräten im Alltag verwenden, statt sie nur in einer Testsituation zu betrachten. Diese Methode deckt **Probleme** auf, die erst im echten Einsatz sichtbar werden, etwa bei **Performance**, **Gesten** oder unterschiedlichen **Bildschirmgrößen**, und liefert mir authentisches Feedback direkt aus der Nutzung.

Beta-Test



Setup

Den Beta-Test habe ich über **Apple TestFlight** verteilt, die **Installation** lief für alle Testenden bequem über einen **Einladungslink**. Der Testzeitraum erstreckte sich von **April bis Juli 2026**. Als Testnutzer habe ich 14 Personen aus der **Kernzielgruppe** gewonnen, die die App sowohl in der **Creator-** als auch in der **Client-Rolle** ausprobiert haben. Die Rückmeldungen kamen dabei von einem breiten Geräte-Querschnitt, vom **iPhone 13** bis zum **iPhone 17 Pro** und über **iOS-Versionen** von **18.4** bis **26.5** hinweg, sodass sich **Darstellung** und Verhalten der App auf ganz **unterschiedlicher Hardware** zeigten.

Der **Auftrag** an die Testenden war bewusst offen gehalten: Sie sollten die App frei im Alltag **nutzen** und dabei zugleich die **zentralen Abläufe** gezielt **durchspielen**. Für das Feedback diente TestFlight als fester Kanal, und jede **Rückmeldung** habe ich zusammen mit Screenshot, Gerät und Build-Nummer erfasst, um sie später klar zuordnen und nachvollziehen zu können. Insgesamt sind so über 60 Einzelrückmeldungen zusammengekommen, die die **Grundlage** für die anschließenden **Optimierungen** bildeten.

Beta-Test

Erkenntnisse

Visuelle Konsistenz & Feinschliff

Viele Rückmeldungen betrafen die visuelle Feinabstimmung: Buttons sollten durchgängig abgerundet sein, weiße Rahmen und Anführungszeichen wirkten störend, der Verifiziert-Kreis war zu unauffällig und gelesene Nachrichten sollten sich in Türkis absetzen. Auf der Layout-Ebene zeigten sich vereinzelt am unteren Rand abgeschnittene Buttons, zu große weiße Flächen und lange Links, die über ihren Rahmen hinausliefen, meist an der Einhaltung der Safe Area auf unterschiedlichen Geräten.

Performance & Stabilität

Unter realer Nutzung traten längere Ladezeiten und wiederkehrende Fehlermeldungen auf („... konnten nicht geladen werden“). Einzelne Aktionen wie Teilen, das Setzen von Karten-Markern oder das Senden von Nachrichten reagierten nicht zuverlässig und auf der Startseite fehlte teilweise das Profilbild.

Gesten & Navigation

Bei der Bedienung per Geste löste das Wischen an einzelnen Stellen ungewollt Aktionen aus und die Zurück-Animationen waren nicht einheitlich. Zugleich wünschten sich die Testenden an weiteren Stellen Wischgesten. Positiv war, dass das Wischen bereits an vielen Stellen zuverlässig funktioniert.

Funktionale Lücken & Validierung

Auf funktionaler Ebene ließ sich ein Startdatum nach dem Enddatum setzen, einzelne Zeichenlimits waren zu knapp, ein Button zum Zurücksetzen der Filter fehlte und eine Gesamtbewertung war noch nicht vorhanden.

Optimierungen

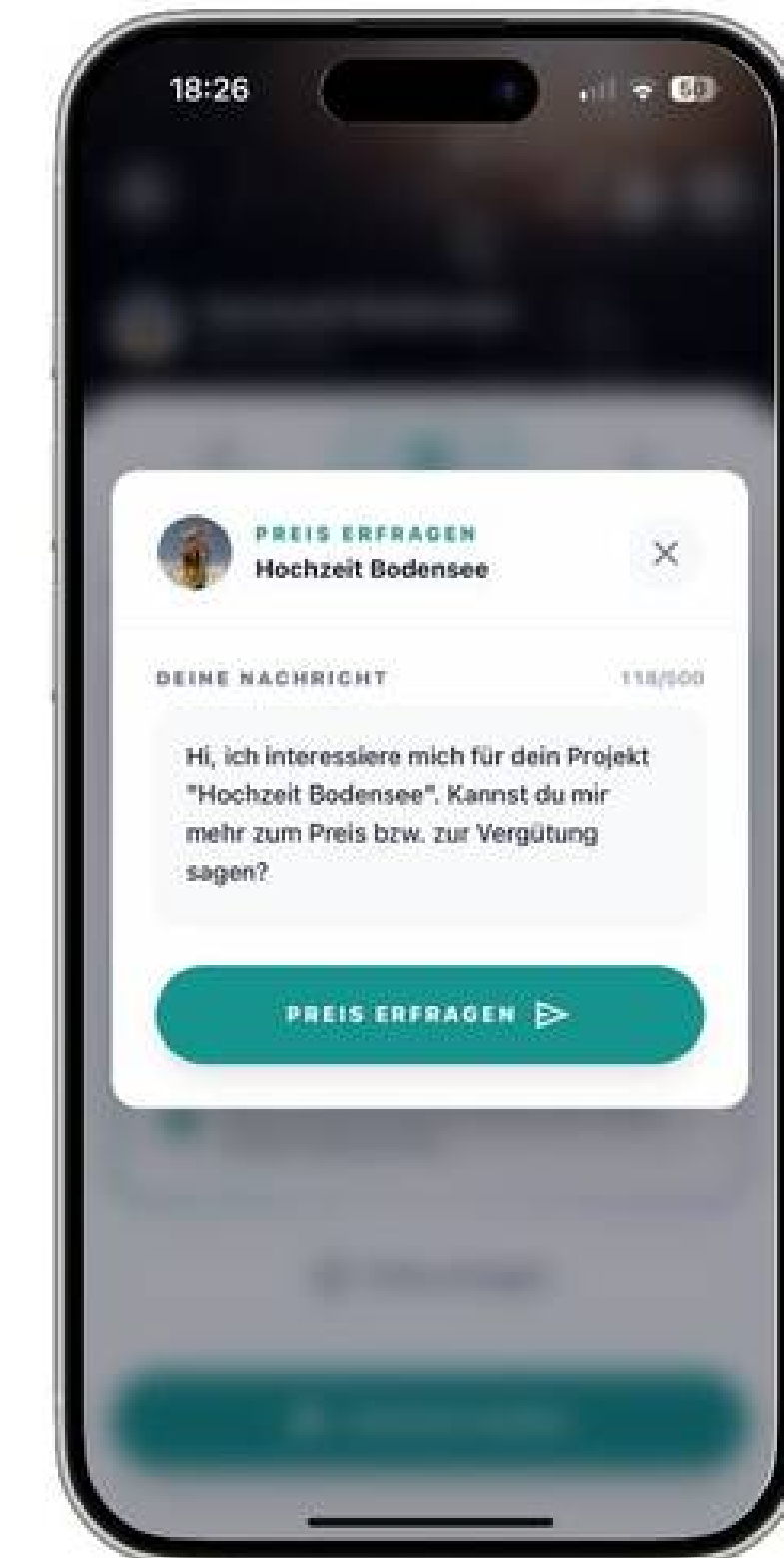
Aus den Erkenntnissen der verschiedenen Tests habe ich gezielte Optimierungen umgesetzt. Zwei davon zeige ich hier exemplarisch, weil sie den Kerngedanken von Temova besonders gut treffen: faire und transparente Zusammenarbeit statt reinem Preisdruck.

Preis erfragen und aushandeln

Im Test war die **Vergütung** eines Projekts oft zu **unklar**, und die Nutzer*innen wünschten sich, gezielt **nachfragen** zu können. Deshalb gibt es jetzt direkt an der Vergütung einen Button „Preis erfragen“. Ein Klick öffnet ein vorbereitetes Pop-up mit fertiger Nachricht an den Projektinhaber, sodass sich der Preis in einem Schritt klären lässt, ohne den ganzen Bewerbungsprozess. So wird die Vergütung **unkompliziert** abgestimmt und im Chat weiter ausgehandelt.



Button: Preis erfragen



Pop-up-Feld

Optimierungen

Fairness-Anzeige

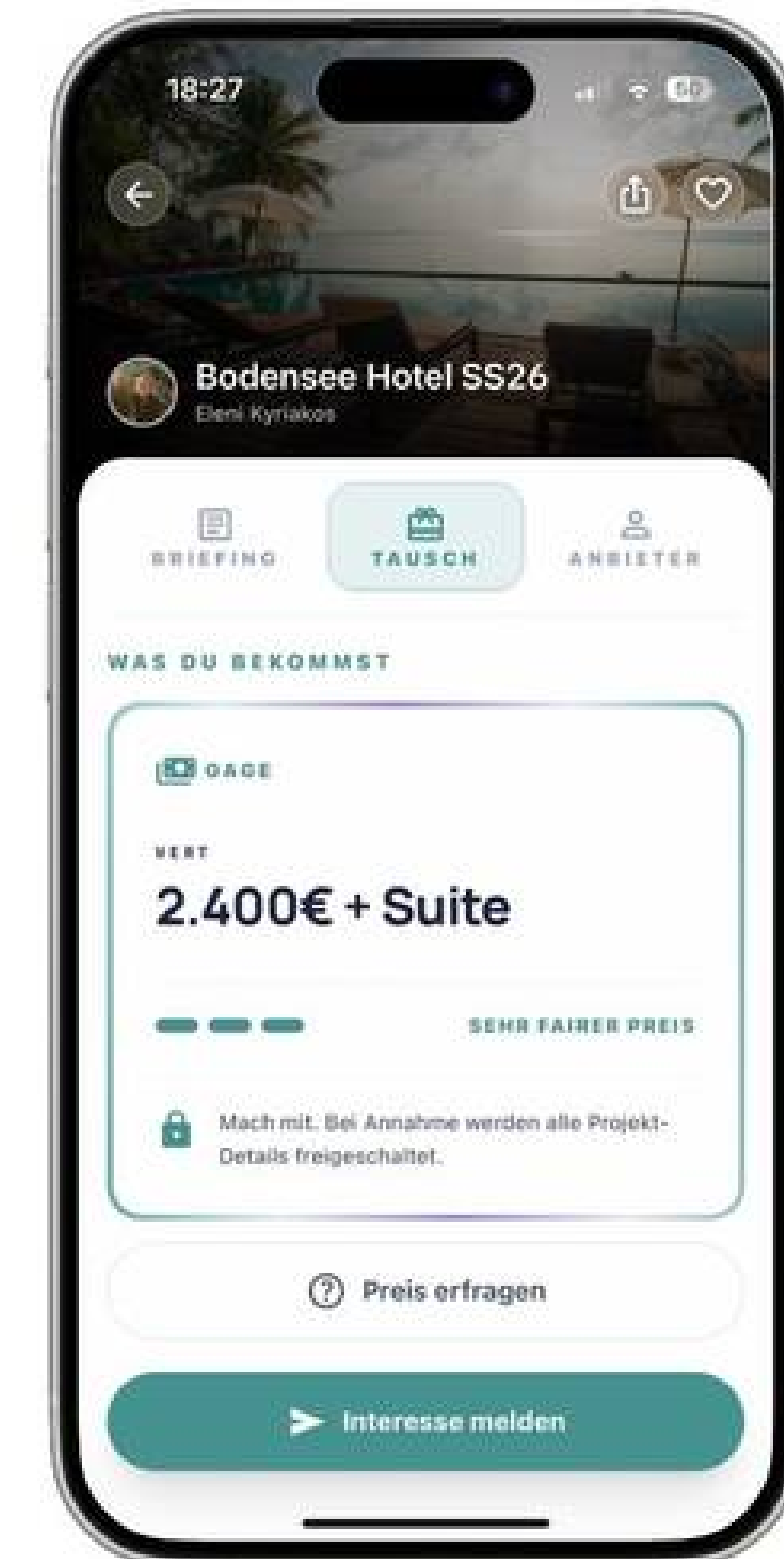
Ebenfalls aus dem Test kam der Wunsch nach einer **Orientierung**, ob ein Preis **fair** ist. Jedes Projekt zeigt daher eine **Fairness-Stufe** (unter Marktpreis, fairer Preis oder sehr fairer Preis), gemessen am üblichen Preisniveau vergleichbarer Projekte. Das gibt Creatoren und Clients auf einen Blick Orientierung, schafft Transparenz und schützt beide Seiten vor unfairen Konditionen.



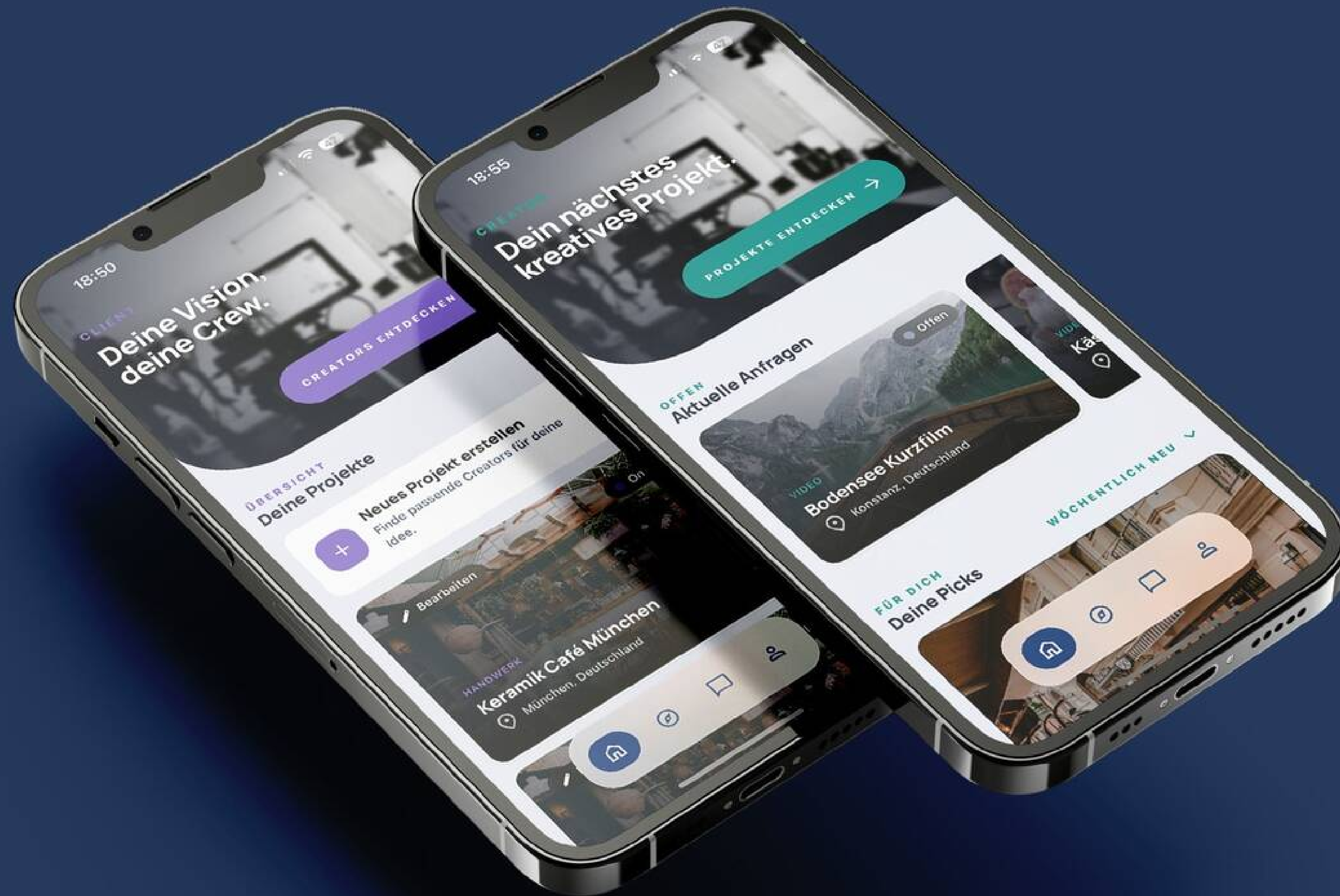
Unter Marktpreis

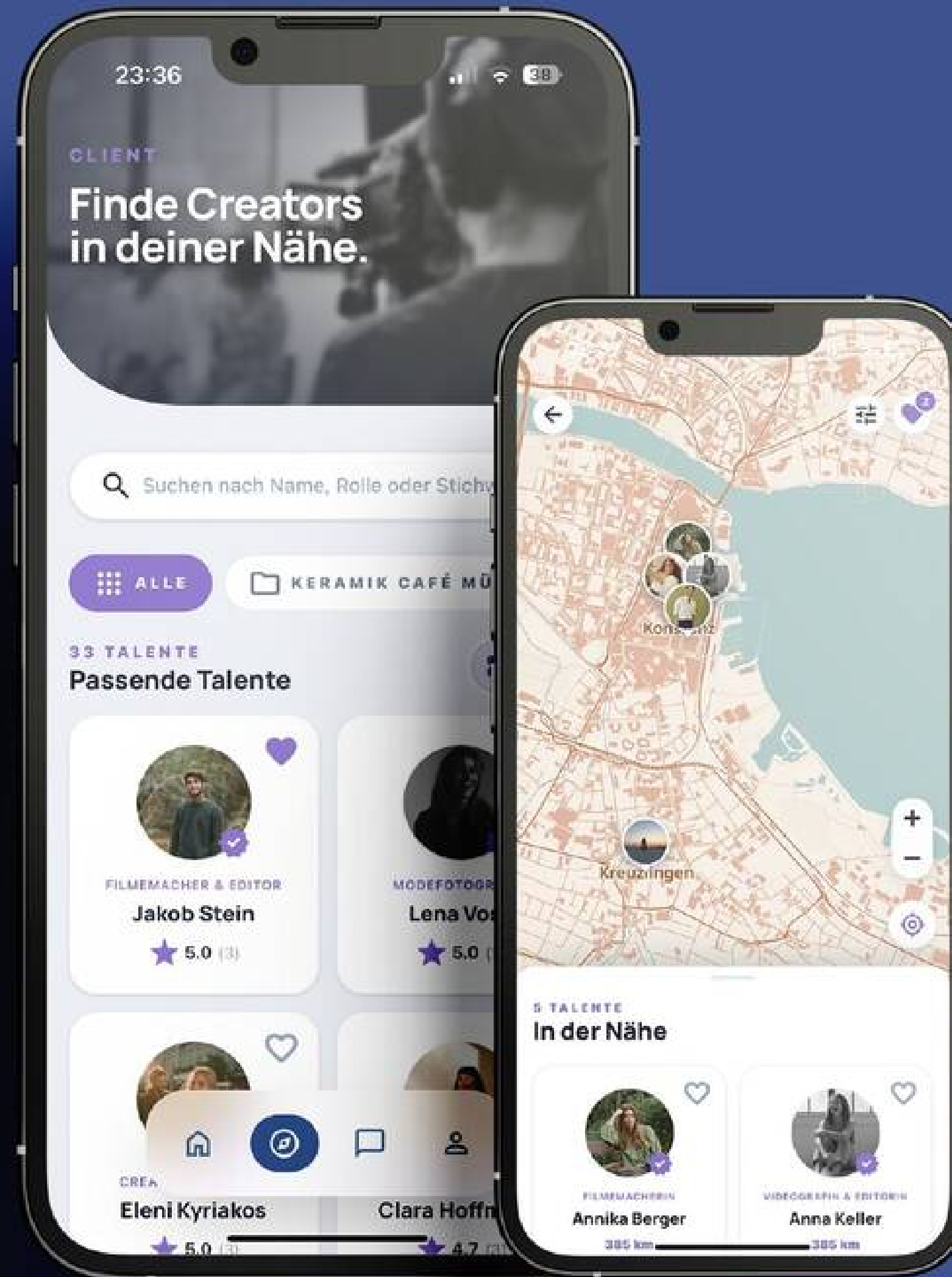


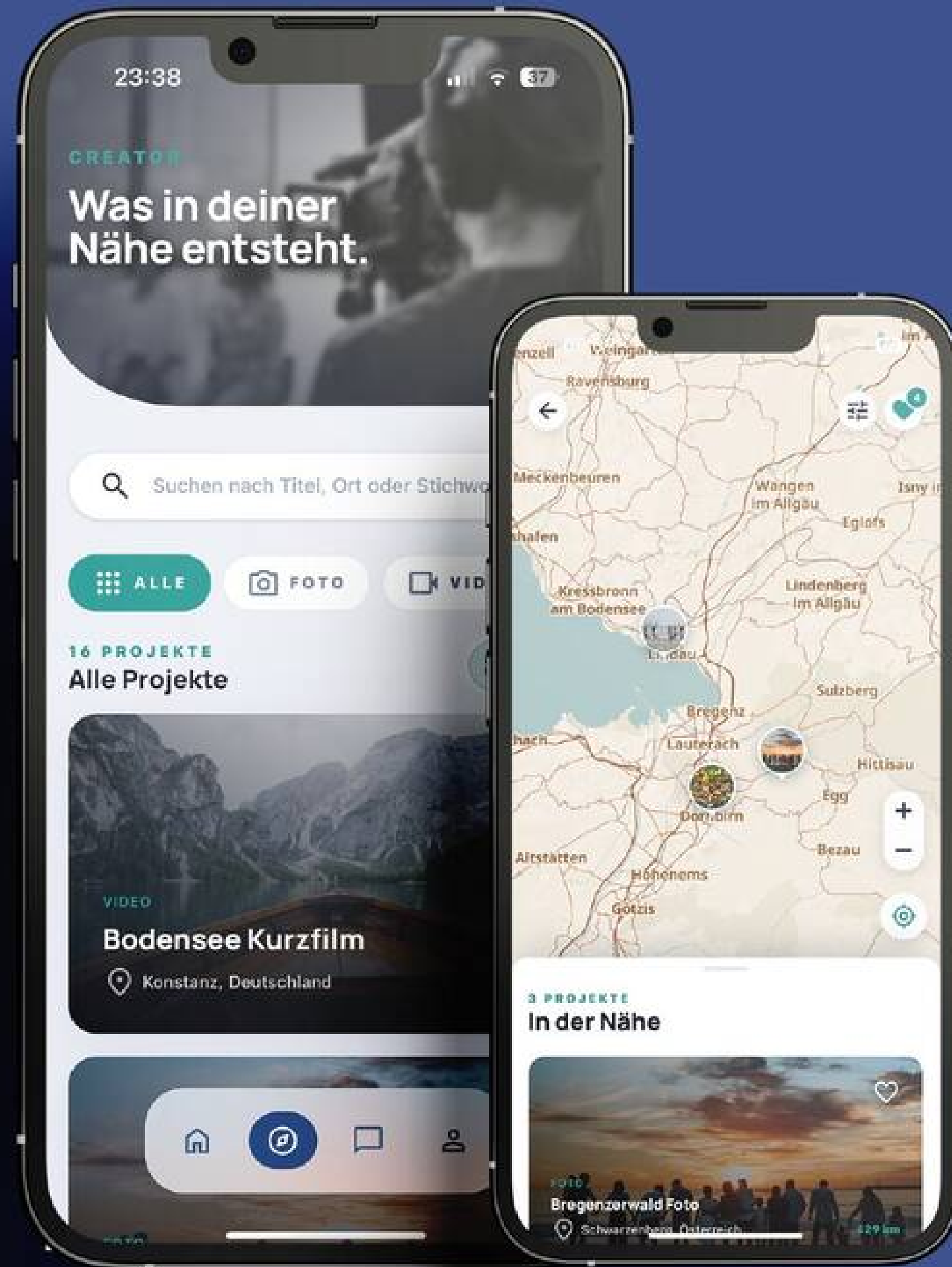
Fairer Preis

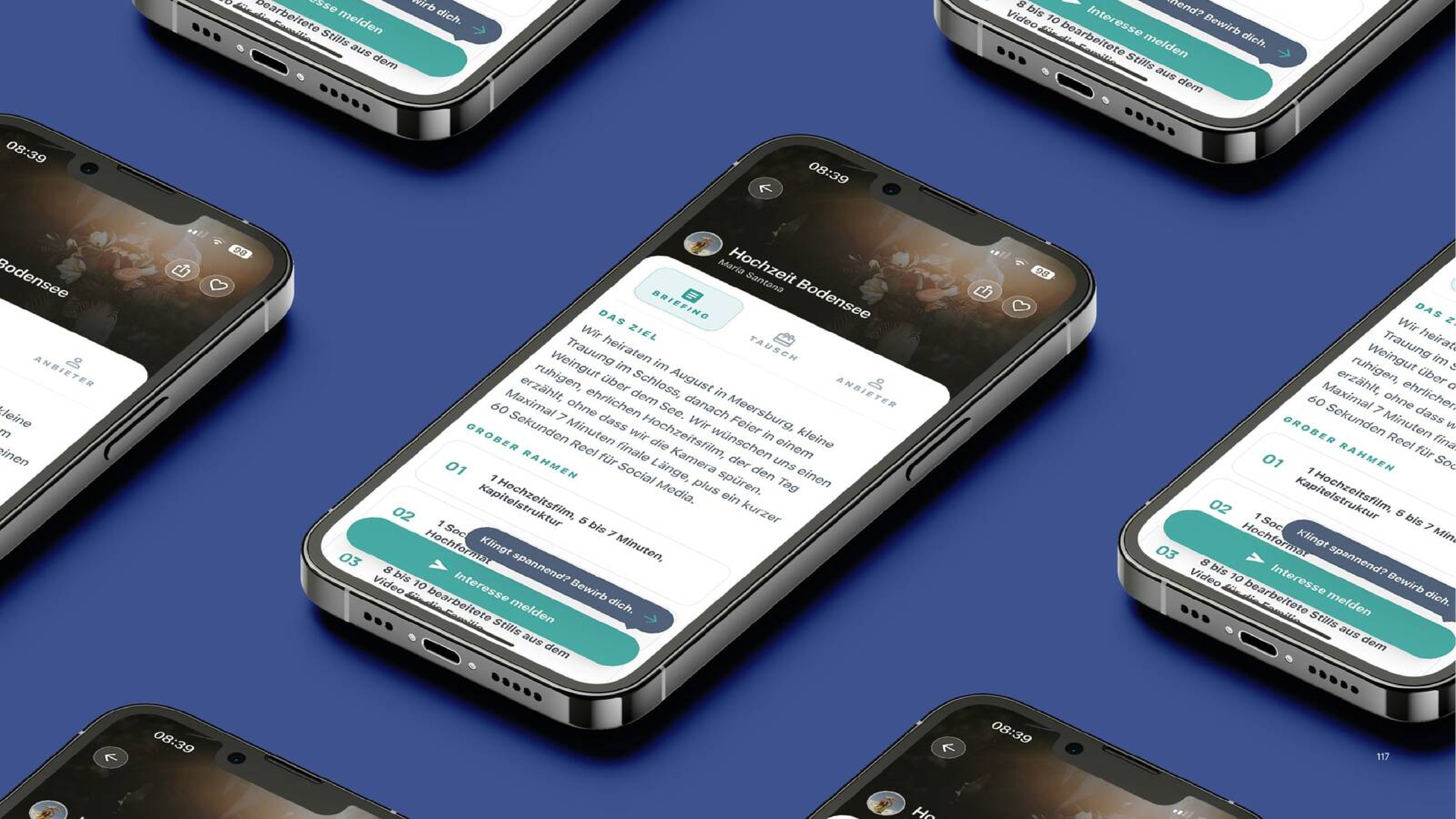


Sehr fairer Preis

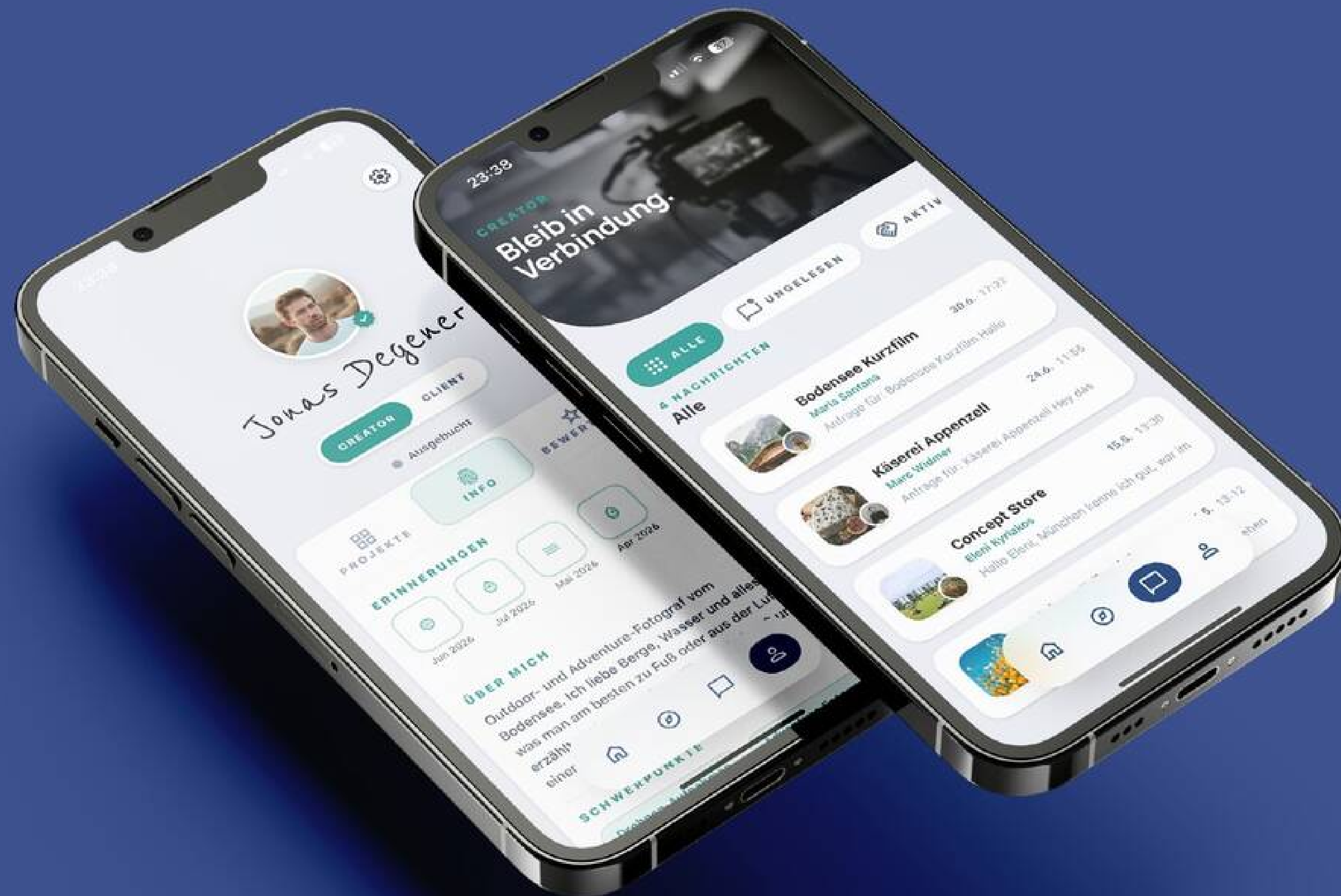


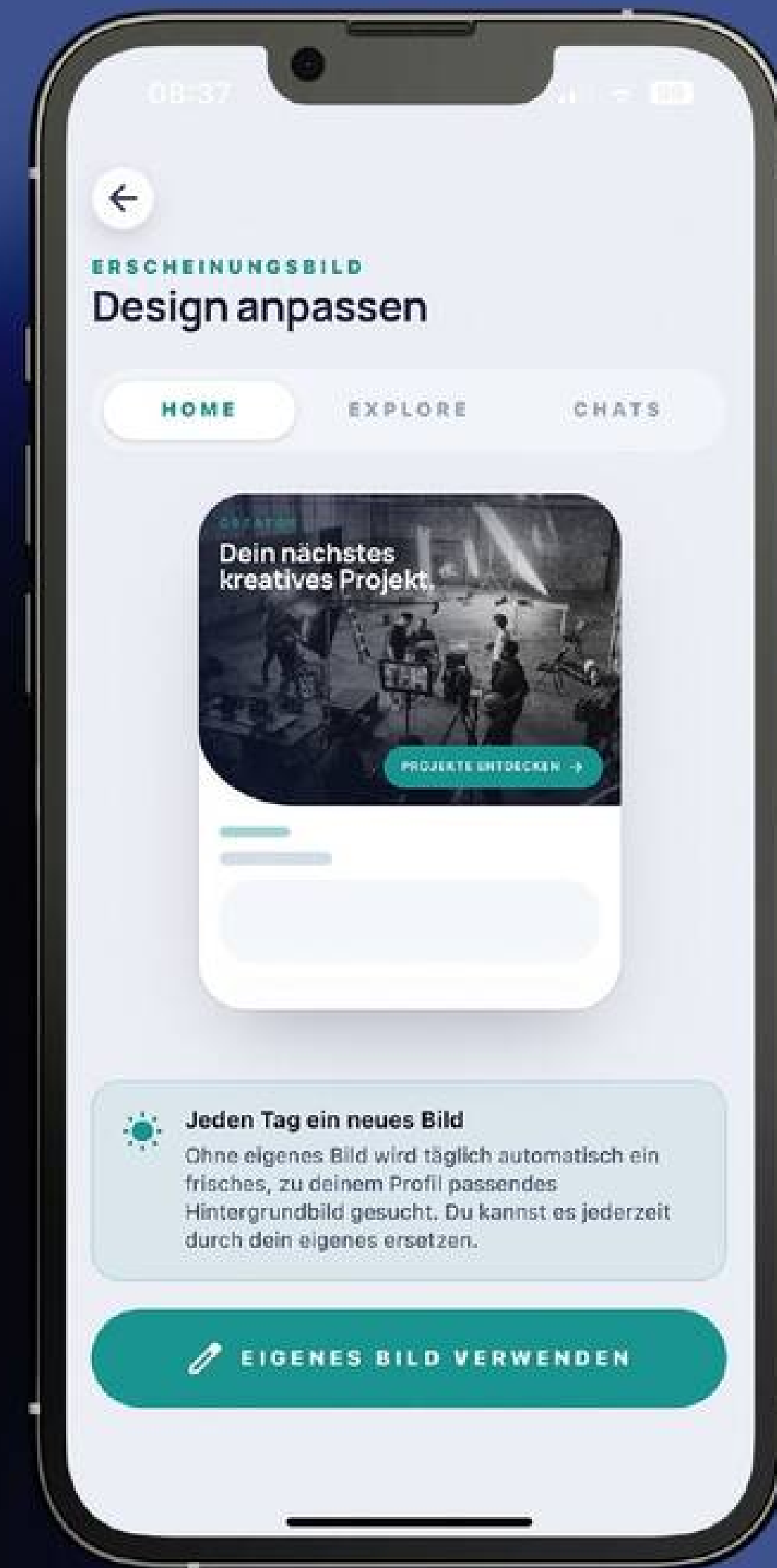












Fazit & Ausblick

Der Design-Thinking-Prozess hat gezeigt, dass für ortsnahe, kreative Zusammenarbeit eine **echte Marktlücke** besteht. Ausgehend von einem fundierten Verständnis der Zielgruppe habe ich mit Temova eine Plattform entwickelt, die Creators und Clients einfach, vertrauensvoll und lokal zusammenbringt. Die Evaluation mit echtem Nutzerfeedback bestätigt, dass das Konzept trägt und die zentralen Abläufe verständlich funktionieren.

Besonders prägend war für mich der **KI-gestützte Arbeitsprozess**. Die Zusammenarbeit mit Claude hat es mir ermöglicht, Ideen unmittelbar in gestaltete und funktionierende Screens zu übersetzen, ohne den Umweg über viele Zwischenschritte. So konnte ich schnell ausprobieren, verwerfen und verfeinern und blieb während des gesamten Prozesses nah an der eigentlichen Gestaltung. Diesen Workflow möchte ich weiterentwickeln und Figma und Claude künftig enger verbinden.

Für die Zukunft sehe ich Temova als **skalierbare Lösung**, die über optionale Premium-Modelle tragfähig wird und schrittweise eine aktive **Community** aufbaut. Als nächste Schritte plane ich, den Kreis der **TestFlight-Nutzer*innen** zu erweitern. Langfristig soll aus der Suche nach dem nächsten Projekt ein Erlebnis werden, bei dem Sichtbarkeit, Erfahrung und echtes Miteinander genauso zählen wie die Vergütung.

Anhang.



Quellen

- (1) **Stanford d.school (Hasso Plattner Institute of Design)**: Design Thinking Bootleg. <https://dschool.stanford.edu/resources/design-thinking-bootleg> (Zugriff: 22.07.2026)
- (2) **SINUS-Institut**: Die Sinus-Milieus. <https://www.sinus-institut.de/sinus-milieus/> (Zugriff: 22.07.2026)
- (3) **Christensen, C. M., Hall, T., Dillon, K., Duncan, D. S. (2016)**: Know Your Customers' "Jobs to Be Done". Harvard Business Review. <https://hbr.org/2016/09/know-your-customers-jobs-to-be-done>
- (4) **DIN EN ISO 9241-110:2020-06**: Ergonomie der Mensch-System-Interaktion – Teil 110: Interaktionsprinzipien. Berlin: Beuth Verlag.
- (5) **Nielsen, J. (1994)**: 10 Usability Heuristics for User Interface Design. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
- (6) **Shneiderman, B.**: Eight Golden Rules of Interface Design. <https://www.cs.umd.edu/~ben/goldenrules.html>
- (7) **Upwork**: <https://www.upwork.com/> (Zugriff: 22.07.2026)
- (8) **Fiverr**: <https://www.fiverr.com/> (Zugriff: 22.07.2026)
- (9) **TaskRabbit**: <https://www.taskrabbit.com/> (Zugriff: 22.07.2026)
- (10) **Workaway**: <https://www.workaway.info/> (Zugriff: 22.07.2026)
- (11) **Figma**: <https://www.figma.com/>
- (12) **Stitch by Google**: <https://stitch.withgoogle.com/>
- (13) **Antigravity (Google)**: <https://antigravity.google/>
- (14) **OpenAI Codex**: <https://openai.com/codex>
- (15) **Claude Code (Anthropic)**: <https://www.anthropic.com/claude-code>
- (16) **Apple TestFlight**: <https://developer.apple.com/testflight/>
- (17) **Unsplash (Projektbilder)**: <https://unsplash.com/>
- (18) **Google Fonts (Manrope, Reenie Beanie)**: <https://fonts.google.com/>
- (19) **Material Symbols (Google)**: <https://fonts.google.com/icons>
- (20) **Eigene Nutzerumfrage**: 11 Fragen, n = 47 Teilnehmende, durchgeführt März 2026 über Instagram und WhatsApp (Primärquelle, unveröffentlicht).
- (21) **Kässi, O., Lehdonvirta, V. (2018)**: Online labour index: Measuring the online gig economy for policymaking. Technological Forecasting and Social Change.
- (22) **Voros, J. (2003)**: A generic foresight process framework. Foresight, 5(3), 10–21. (Grundlage für den „Vision Cone“ / Futures Cone)
- (23) **Mobbin**: <https://mobbin.com/> (Zugriff: 22.07.2026)
- (24) **Nielsen, J. (2012)**: Thinking Aloud: The #1 Usability Tool. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/thinking-aloud-the-1-usability-tool/>
- (25) **Bangor, A., Kortum, P., Miller, J. (2008)**: An Empirical Evaluation of the System Usability Scale. International Journal of Human-Computer Interaction.
- (26) **Eigenes Interview**: Jonas Degener, Nutzerinterview zu kreativen Projekten und Skill-Sharing, geführt April 2026 (Primärquelle, unveröffentlicht).
- (27) **Eigenes semantisches Differential (angelehnt an den UEQ) und SUS-Test**: 20 Gegensatzpaare, n = 9 Testpersonen, eigenständig über Apple TestFlight erhoben im Juli 2026 (Primärquelle, unveröffentlicht).
- (28) **Manyika, J., Lund, S., Bughin, J., Robinson, K., Mischke, J., Mahajan, D. (2016)**: Independent Work: Choice, Necessity, and the Gig Economy. McKinsey Global Institute.
- (29) **Eigener Thinking-Aloud-Test**: 3 Testpersonen aus der Kernzielgruppe, verschiedene Aufgaben, durchgeführt Mai 2026 & Juni 2026 am iPhone <https://youtu.be/2ZbtX0Xg-SQ>
- (30) **Hoover, S. (2013)**: How Do Users Really Hold Mobile Devices? UXmatters. <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2013/02/how-do-users-really-hold-mobile-devices.php>
- (31) **Eigener App-Walkthrough**: Temova – Walkthrough. Videodemonstration des Prototyps, eigene Aufnahme, veröffentlicht auf YouTube: <https://youtu.be/bZysc5WtGkc>

Semantisches Differential

TEMONA - USABILITY TEST + UEQ - VORLAGE (UEER)

UX-Testing-Bogen

Usability Test mit Aufgaben + SUS + UEQ - zum Ausfüllen

Teilnehmer: _____

Datum: _____

Ich teste primär als: ☐ Creator ☐ Auftraggeber/Client ☐ Tester

Teil A - Usability-Test: Aufgaben (SEQ)

SEQ: 1 = sehr schwer ... 7 = sehr leicht

Aufgabe	1	2	3	4	5	6	7	Bewertung
A1 - Ein passendes Projekt finden und öffnen								
A2 - Als Auftraggeber einen Creator anfragen								
A3 - Eine Nachricht im Chat schreiben								
A4 - Als Auftraggeber ein Projekt ausmischen								
A5 - Das eigene Profil anpassen								
A6 - Zwischen Creator- und Client-Modus wechseln								
A7 - Den Begrüßungsbereich (Dashboard) auf der Startseite einordnen								

Teil B - System Usability Scale (SUS)

1 = stimmt gar nicht zu ... 5 = stimmt voll zu

Aussage	1	2	3	4	5
1. Ich kann mir gut vorstellen, die App regelmäßig zu nutzen.					
2. Ich finde die App umständlich komplex.					
3. Ich finde die App einfach zu bedienen.					
4. Ich brauche Hilfe, um die App nutzen zu können.					
5. Die Funktionen sind gut zueinander abgestimmt.					
6. Es gibt zu viele Unteroptionen in der App.					
7. Die meisten würden die App schnell verstehen.					
8. Die App ist umständlich zu bedienen.					
9. Ich fühle mich bei der Nutzung sicher.					
10. Ich müsste viel lernen, bevor ich tragend konnte.					

Bewertung: angeseite Items (Punkte-1) gerade Items (2-Punkte), Summe x 0,5 = SUS-Score (0-100, 66-85 = durchschnittlich)

TEMONA - Usability Test v.0.0 | Homepage

Seite 1

Teil C - User Experience Questionnaire (UEQ)

10 Gegenstände in 4 Stufen, je 1-7 bewerten.

Was bedeuten die Zahlen? Jede Zeile regt zwei gegensätzliche Begriffe. Die Skala von 1 bis 7 misst, welchem Begriff du eher zustimmst.

1 = trifft voll auf den linken Begriff zu - 4 = neutral / weder noch - 7 = trifft voll auf den rechten Begriff zu.

Die Werte dazwischen (2, 3, 5, 6) stecken Abteilungen aus. Kreuze pro Zeile genau ein Feld an.

Benutzungsqualität - Effizienz

	1	2	3	4	5	6	7	
Langsam								Schnell
Ineffizient								Effizient
Stockend								Flüssig
Überladen								Aufgeräumt

Benutzungsqualität - Durchschaubarkeit

	1	2	3	4	5	6	7	
Unverständlich								Verständlich
Schwer zu lernen								Leicht zu lernen
Kompliziert								Einfach
Übersichtlich								Verwirrend

Benutzungsqualität - Verlässlichkeit

	1	2	3	4	5	6	7	
Unberechenbar								Vorausagbar
Unbedarbt								Bedarft
Unverlässig								Zuverlässig

Attraktivität

	1	2	3	4	5	6	7	
Unattraktiv								Attraktiv
Schlecht								Gut
Abstoßend								Anziehend
Unangenehm								Angenehm
Hässlich								Schön
Unsympathisch								Sympathisch

UX/UI von - Grundlagen, Teil 6 (UEQ) - Lernzettel

Seite 3

Designqualität - Stimulation								
	1	2	3	4	5	6	7	
Langweilig								Boarment Interessant Vielweilig
Uninteressant								
Endung								

Designqualität - Originalität								
	1	2	3	4	5	6	7	
Phantasie								Kreativ neu Modern Aufregung
Alt								
Veraltet								
Unaufregung								

Teil D - Offenes Feedback

Was hat dir am besten gefallen?

Was hat dich gestört oder verwirrt?

Eine Sache, die du sofort ändern würdest: