



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

Hausarbeit

Deniz Örnek

Swap Meet

“Stadterzählung mal anders”

Deniz Örnek



Swap Meet Logo^{1,2}

Swap Meet

“Stadterzählung mal anders”

Hausarbeit eingereicht im Rahmen des Aufbauprojektes

im Studiengang Next Media
am Department Informatik
der Fakultät Technik und Informatik
der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

Betreuender Prüfer: Prof. Dr. Kai von Luck

Abgegeben am 15.03.2016

¹ vgl. Logo “Standortsymbole”,
https://www.aral.de/content/dam/aral/Images/ratio%201-1/icons/location-icon-vector-location_map_pin_blue5.png (01.03.2016).

² vgl. Logo “Unendlichkeitszeichen mit Pfeilen”,
<http://hsg-badwim.de.www314.your-server.de/archiv/bis2014/images/stories/sonstiges/logo-tb-40.x24.jpg> (01.03.2016).

Deniz Örnek

Thema der Hausarbeit

Swap Meet "Stadterzählung mal anders"

Stichworte

Social Graphs, Filter Bubble, Structural Holes, Social Typ, Adventure Typ, Foreigner Typ, Gamification, Tauschbörse, GPS, Near Field Communication (NFC), Prototyp Swap Meet

Kurzzusammenfassung

Menschen sollen lernen sich aus ihrer alltäglichen Routine herauszubekommen und neue Entdeckungen zu machen, um Lebenserfahrungen zu sammeln. Hierfür haben wir den Prototyp Swap Meet entwickelt, bei dem sich Menschen digital miteinander vernetzen und so über neue Erfahrungen austauschen können. Ziel dabei ist, neue geheime Orte zu entdecken sowie unterschiedliche Menschen kennenzulernen.

Da viele Menschen oft in ihren Alltag verfallen, soll bei unserem Prototyp Swap Meet eine App geschaffen werden, welche jedem Benutzer ein gutes Gefühl beim Entdecken neuer Orte und Kennenlernen anderer Menschen gibt und somit die Lebensqualität gesteigert wird.

In dieser Arbeit stelle ich zunächst die Ideen unseres Projektteams zu unserem Prototyp Swap Meet dar und erläutere dann dessen Entwicklung. Bei der Entwicklung lag der Fokus des Teams darauf, den Prototyp Swap Meet auf die Bedürfnisse der Zielgruppe auszurichten. Hierzu wurden die potentiellen Nutzer (drei verschiedene Typen) analysiert und deren Bedürfnisse abgeleitet. Unseren Prototyp Swap Meet richteten wir auf die Optimierung dieser Bedürfnisse aus.

I. Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Inhaltsverzeichnis.....	4
II. Abbildungsverzeichnis.....	5
III. Themenausfertigung.....	6
1. Einleitung.....	6
2. Motivation, Vision und Zielsetzung.....	7
2.1 Social Graphs, Filter Bubble und Struktural Holes.....	7
3. Herangehensweise.....	8
3.1 Motivation des Einzelnen.....	9
3.1.1 Social Typ, Adventure Typ und Foreigner Typ.....	9
3.1.2 Anerkennung über Gamification.....	9
3.2 Interaktionsmuster innerhalb der Gruppe.....	11
3.2.1 Tauschbörse.....	11
3.3 Technologien – GPS und Near Field Communication (NFC).....	12
4. Prototyp Swap Meet.....	13
5. Fazit zu den Handlungsschritten – “Next Steps”.....	15
6. Ausblick / Swap Meet in der Anwendung.....	15
IV. Anhang: Insidertipp – Küchenkonzert im Kölibri.....	16
V. Literaturquellenverzeichnis.....	17
VI. Internetquellenverzeichnis.....	17

II. Abbildungsverzeichnis	Seite
Abbildung 1: Unser Team.....	6
Abbildung 2: Dreieck zur Motivation, Vision und Zielsetzung.....	7
Abbildung 3: Dreieck zur Herangehensweise.....	8
Abbildung 4: Swap Meet Anmeldung.....	13
Abbildung 5: Profil anlegen.....	13
Abbildung 6: Komfortzonen werden definiert.....	13
Abbildung 7: Karte mit Komfortzonen.....	13
Abbildung 8: Insidertipps angeben.....	14
Abbildung 9: Thema und Challenge wählen.....	14
Abbildung 10: Challenge zu einem Thema alleine oder zusammen mit anderen Personen absolvieren.....	14
Abbildung 11: Orte finden, mit NFC einchecken und Punkte sammeln.....	14
Abbildung 12: Insidertipp Börse.....	15

III. Themenausfertigung

1. Einleitung

Die meisten sozialen Netzwerke zielen darauf ab, einem Empfehlungen vorzuschlagen, die zu den eigenen Vorlieben passen. Ein gutes Beispiel hierfür ist Foursquare, ein ortsbasiertes soziales Netzwerk, welches einem Empfehlungen für Orte auf Basis von eigenen Vorlieben, Bewertungen und Empfehlungen oder denen von Freunden, aussprechen kann.

Aus den Empfehlungen ergibt sich jedoch häufig das Problem, dass Menschen in eine Routine verfallen, welche sie nicht mehr wahrnehmen. Um eine derartige Routine zu durchbrechen, kam unserer Team im Projekt Swap Meet auf die Idee, Stadterzählung mal anders zu gestalten und den gegenteiligen Ansatz von Foursquare zu fahren.

Ein ähnliches Konzept wurde bereits zuvor im Hinblick auf Foursquare entwickelt, wobei ein Prototyp der sogenannte "GetLostBot" versucht, die Nutzer aus einer Routine herauszulocken, indem er ihnen Karten mit unbekanntem Zielen vorschlägt.³

Das gemeinsame Ziel unseres Teams lag also darin, Menschen aus einer Routine herauszulocken und somit eine sogenannte Komfortzone (siehe hierzu Punkt 2.1) zu verhindern. Nutzer sollen die Möglichkeiten erhalten, neue geheime Orte zu entdecken sowie andere Menschen kennenzulernen. Unser Konzept planten wir über eine neue innovative Location App namens Swap Meet abzuwickeln, wozu wir einen Prototyp entwickelt haben. Unser Team setzte sich dabei aus drei Personen zusammen (siehe Abbildung 1).



Abb. 1: Unser Team

³ vgl. Kirman/Linehan/Lawson, "Get Lost: Facilitating Serendipitous Exploration in Location-Sharing Services", S. 2303.

2. Motivation, Vision und Zielsetzung

Zu Beginn unseres Projektes kamen wir zu der Erkenntnis, dass jeder Mensch in der Regel seinem gewohnten alltäglichen Leben nachgeht, wobei er die folgenden drei Punkte anläuft: Freizeit, zu Hause und Arbeit. Das folgende Dreieck spiegelt die drei Punkte wieder.

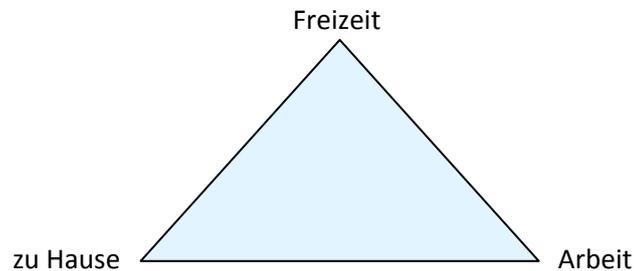


Abb. 2: Dreieck zur Motivation, Vision und Zielsetzung

Die in dem Dreieck dargestellten Punkte sind in der Regel stabil d.h. sie verändern sich nicht großartig. Der einzige Punkt, worin eine gewisse Dynamik von außen eingebracht werden kann, ist der Punkt Freizeit. So beschlossen wir das Freizeitleben von Menschen dynamischer zu gestalten.

Dies gelingt natürlich nur, wenn sich die jeweilige Person darauf einlässt und offen für Neues ist, was bedeutet, dass sie reif für unsere geplante App Swap Meet sein sollte. Die notwendige Motivation und Durchhaltevermögen sollten daher mitgebracht werden, nur so macht eine Teilnahme an dem Konzept Sinn. Es gilt, wie bei allen anderen Dingen im Leben, die Regel, dass man der Sache bewusst und konsequent nachgehen muss, dann kann man auch erfolgreich sein.

2.1 Social Graphs, Filter Bubble und Struktural Holes

Im Folgenden werden die Konzepte Social Graphs, Filter Bubble und Struktural Holes näher erläutert, durch welche wir innerhalb unseres Projektes besonders motiviert worden sind.

Bei den Social Graphs handelt es sich um unterschiedliche Verbindungen, woraus sich verschiedene Netzwerke ergeben. Innerhalb der Netzwerke existieren meist sehr starke Verbindungen. Die Verbindungen zwischen den verschiedenen Netzwerken hingegen sind eher schwach.

Innerhalb der Netzwerke interessieren sich die Personen beispielsweise nur für ein bestimmtes Thema. Das eine Netzwerk spricht z.B. nur über Wintersport, das andere Netzwerk spricht nur über Fußball und noch ein weiteres spricht nur über Musik.

Die Personen innerhalb eines Netzwerkes sehen somit nicht, worüber in den anderen Netzwerken gesprochen wird und begeben sich dadurch in eine Filterblase (engl. Filter Bubble), worin sie sich nur noch mit ihren Vorlieben umgeben und nicht mehr sehen, was um sie herum – außerhalb ihrer Netzwerke – passiert.

In einer solchen Filter Bubble fühlen sich die meisten Menschen sehr wohl, weil sie sich hierin nur noch mit ihren eigenen Vorlieben beschäftigen und andere Dinge, welche nicht ihrem Interessengebiet entsprechen, gar nicht mehr wahrnehmen. Mit anderen Worten gesagt: Menschen begeben sich innerhalb einer Filter Bubble in eine Komfortzone, worin sie nur noch von ihren Vorlieben umgeben sind.

Daher setzten wir uns zum Ziel, Menschen aus ihrer Komfortzone herauszubewegen und neue Entdeckungen zu machen (z.B. neue geheime Orte zu entdecken und andere Menschen kennenzulernen). Die neu geschlossenen Kontakte sollten sich hierbei außerhalb ihres gewöhnlichen Freundeskreises befinden, um abenteuerliche Erlebnisse zu gewährleisten.

Im Zuge dessen stießen wir auf das Konzept der strukturellen Löcher (engl. Structural Holes), welches darauf baut, dass es Personen zwischen den verschiedenen Netzwerken gibt, welche sich beispielsweise für unterschiedliche Themengebiete, wie Wintersport und Fußball, interessieren und somit eine Verbindung zwischen den Netzwerken herstellen können. Solche Personen besitzen in der Regel einen Informationsvorsprung, weil sie nicht nur einseitig Informationen erhalten.

Somit beschlossen wir Personen aus ihren Netzwerken herauszulocken, um neue Lebenserfahrungen zu sammeln. Die Menschen sollen also aus der Filterblase durch ein strukturelles Loch gelangen und dadurch an Lebenserfahrungen gewinnen.

3. Herangehensweise

Im Laufe unseres Projektes kristallisierte sich ein weiteres wichtiges Dreieck heraus, an dem wir uns hinsichtlich der Herangehensweise orientiert haben. Das folgende Dreieck spiegelt die drei relevanten Punkte wieder.

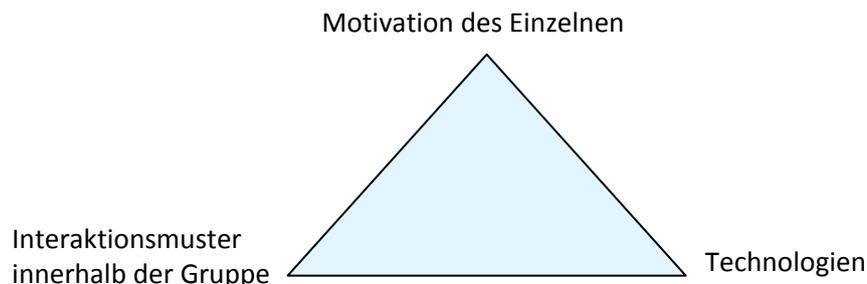


Abb. 3: Dreieck zur Herangehensweise

Die drei dargestellten Punkte (Motivation des Einzelnen, Interaktionsmuster innerhalb der Gruppe und Technologien) sollten erfüllt werden, damit unser Konzept einwandfrei funktioniert. Denn dadurch ist es möglich, Personen zur Anmeldung für unseren Service zu motivieren sowie den Einsatz technischer Systeme optimal zu planen.

3.1 Motivation des Einzelnen

Dazu legten wir zunächst drei verschiedene Typen (potentielle Nutzer für unsere App) und deren individuellen Bedürfnisse fest, um unseren Prototyp Swap Meet im weiteren Verlauf unseres Projektes optimal auf die Bedürfnisse auszurichten und somit sicherzustellen, dass unsere App alle drei Typen anspricht.

3.1.1 Social Typ, Adventure Typ und Foreigner Typ

Bei dem ersten Typ handelt es sich um den sogenannten Social Typ, welcher Interesse daran hat Freunde zu finden, das Gespräch zu anderen Menschen sucht, gemeinsam Zeit verbringen möchte sowie neue Kulturen kennenlernen möchte. Kurzum: Eine Person, die Interesse an den Kontakten zu anderen Menschen hat.

Der zweite relevante Typ ist der sogenannte Adventure Typ, welcher den Reiz besitzt, neue geheime Orte zu entdecken, Abwechslung und die ganz große Freiheit zu erleben, um somit dem Alltag über kurz oder lang zu entfliehen.

Der dritte Typ ist der Foreigner Typ, eine Mischform aus den beiden vorangenannten Typen (Social Typ und Adventure Typ). Dieser hat sowohl Interesse daran andere Leute kennenzulernen als auch neue Orte zu entdecken. Oftmals sind dies Personen, welche fremd in einer Stadt sind und keine Menschenseele kennen und daher meist eine Art von Sicherheitsgefühl verspüren möchten. Bei diesem Typ ist die Komfortzone eher klein, da die Umgebung für ihn noch fremd ist.

3.1.2 Anerkennung über Gamification

Bei allen drei Typen spielt der Aspekt Gamification (engl. "game" für "Spiel")⁴ eine ganz zentrale Rolle. Als Gamification bezeichnet man die Anwendung spieltypischer Elemente und Prozesse in einem spielfremden Kontext.⁵ Zu diesen spieltypischen Elementen gehören unter anderem Erfahrungspunkte, Fortschrittsbalken, Ranglisten, Highscores, virtuelle Güter oder Auszeichnungen.⁶ Durch die Integration dieser spielerischen Elemente soll im Wesentlichen eine Motivationssteigerung von Personen erreicht werden, die ansonsten wenig herausfordernde, als zu monoton empfundene oder komplexe Aufgaben zu erfüllen haben.⁷ Datenanalysen von gamifizierten Anwendungen zeigen teilweise signifikante Verbesserungen in Bereichen wie Benutzermotivation, Lernerfolg, Kundenbindung, ROI⁸ oder Datenqualität.⁹

⁴ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

⁵ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

⁶ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

⁷ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

⁸ Der Return on Investment (kurz: RoI) misst den Ertrag/Gewinn im Verhältnis zur Investitionssumme (Quelle: Return on Investment (ROI) Definition, <http://www.welt-der-bwl.de/ROI-Return-on-Investment> (03.03.2016)).

⁹ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

Um die Motivationssteigerung unserer drei Typen zu erreichen, haben wir uns daher bei der Gamification folgender typischen Elemente bedient:¹⁰

Sichtbarer Status (Fortschrittsanzeige):¹¹ Der Swap Meet Anwender möchte das Voranschreiten der eigenen Arbeit klar erkennen können, etwa in Form von bestimmten Attributen, Punkten oder auch einer Prozentanzeige.¹² Daher führten wir eine Punkteskala von 0-100 ein. Somit entsteht Transparenz in der Erfüllung einer Teil- oder Gesamtaufgabe, was ein zentrales Element der Motivation ist.¹³

Rangliste:¹⁴ Wenn die Swap Meet Anwender auch den Fortschritt und Status anderer sehen, kann eine erste Art von Wettbewerb entstehen.¹⁵ Daher führten wir bei Swap Meet eine Rangliste von Personen ein, in der ein Benutzer – entsprechend seiner Anzahl an Check-ins bei Locations – auf- oder absteigen kann.¹⁶ Je häufiger die Person also einen Ort besucht, umso höher steigt sie in der Rangliste auf.¹⁷

Quest:¹⁸ Eine Aufgabe, die der Benutzer in einer bestimmten Zeit absolvieren muss – oft ein Rätsel¹⁹ oder eine einfache Fleißarbeit, welche von Swap Meet vorgegeben wird.²⁰ In vielen Fällen bauen Quests bei Swap Meet aufeinander auf, um Erfahrungen und Qualifikationen zu trainieren.²¹ Diese Aufgaben können auch mit anderen Swap Meet Teilnehmern zusammen absolviert werden.²² Somit wird nicht nur der reine Kompetenzgewinn gestärkt, sondern auch die Teamfähigkeit.²³

Resultatstransparenz:²⁴ Der Swap Meet Anwender sollte das Ergebnis einer Aktion vorher kennen.²⁵ Im Falle einer gamifizierten Swap Meet Anwendung wären dies beispielsweise Erfahrungspunkte oder andere Belobigungen.²⁶ So kann der Anwender bewerten und auch wertschätzen, was die nächste Aktion ihm selber bringen wird.²⁷

¹⁰ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

¹¹ Quelle: Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

¹² vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

¹³ Quelle: Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

¹⁴ Quelle: Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

¹⁵ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

¹⁶ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

¹⁷ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

¹⁸ Quelle: Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

¹⁹ Unser Team erstellte ein Rätsel mit der App Actionbound, womit spannende Spiele z.B. in Form von Schnitzeljagden an verschiedenen Insiderorten realisiert werden können.

²⁰ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

²¹ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

²² vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

²³ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

²⁴ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

²⁵ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

²⁶ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

²⁷ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

Rückmeldung:²⁸ Alle Aktivitäten des Swap Meet Anwenders sollten zu einer sichtbaren Bewertung führen, am besten unmittelbar.²⁹ Durch das Vermeiden von negativem Feedback und Anstreben positiver Rückmeldung lernt der Anwender.³⁰

Tieferer Sinn (Epic Meaning):³¹ Da die Swap Meet Anwender zielorientiert handeln, sollten die Ziele zu einer starken Motivation führen und somit besonders erstrebenswert sein.³² Die Arbeit innerhalb einer Gruppe kann bereits als sinnstiftend empfunden werden.³³

Gruppenarbeit (Community Collaboration):³⁴ Die gemeinsame Arbeit an einer Lösung bringt Swap Meet Anwender zusammen.³⁵ So lassen sich manche Aufgaben nur durch Zusammenarbeit von mehreren Spielern lösen.³⁶ Dies motiviert die Anwender dazu, untereinander Kontakte zu knüpfen bis hin zur Bildung eines selbstorganisierenden Systems (Swap Meet Online-Community).³⁷

Cascading Information:³⁸ Der Swap Meet Anwender sollte bei der aktuell zu lösenden Aufgabe nur die für ihn wichtigen Informationen sehen und nicht durch unverständliche Details abgelenkt oder sogar überfordert werden.³⁹ Insbesondere bei Lernspielen nutzt Swap Meet das Element Cascading Information, um Lerninhalte kontinuierlich und aufeinander aufbauend zu vermitteln, ohne spätere Inhalte vorwegzunehmen.⁴⁰

3.2 Interaktionsmuster innerhalb der Gruppe

Einen weiteren wichtigen Punkt in unserem Dreieck stellen die Interaktionsmuster innerhalb der Gruppe dar, unter dem sich das Phänomen der Tauschbörse gebildet hat, welches im Folgenden näher dargestellt wird.

3.2.1 Tauschbörse

Das Phänomen der Tauschbörse soll für Interaktionen innerhalb einer Gruppe sorgen, denn zum Tausch sind immer mehrere Personen (mindestens zwei) erforderlich und stellt somit eine Interaktion sicher.

Unsere App Swap Meet stellt daher eine Tauschbörse dar, woraus sich im Übrigen auch der Name Swap Meet abgeleitet hat. Zufällig steckten in Swap Meet auch die Buchstaben ap ähnlich App, was gleichzeitig sehr gut zu unserer geplanten Application passte. Somit

²⁸ Quelle: Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

²⁹ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

³⁰ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

³¹ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

³² vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

³³ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

³⁴ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

³⁵ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

³⁶ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

³⁷ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

³⁸ Quelle: Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

³⁹ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

⁴⁰ vgl. Gamification, <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

entstand unsere neue innovative Location App Swap Meet, über welche die unterschiedlichsten Dinge getauscht werden können, z.B. geheime Orte (Insidertipps), gemeinsame Gespräche, Erfahrungen und vieles mehr. Ein Beispiel für einen tauschwürdigen Insidertipp (Küchenkonzert im Kolibri) befindet sich im Anhang dieser Arbeit.

Aus diesen unendlich vielen Dingen, welche miteinander getauscht werden können, bildete sich dann auch unser Swap Meet Logo, welches ein Unendlichkeitszeichen mit Pfeilen und Standortsymbolen enthält und darauf hindeutet, dass unendlich viele Orte mit anderen Menschen getauscht werden können.

Anders als bei anderen sozialen Netzwerken, ist es bei Swap Meet nicht möglich sich mit seinen Freunden zu vernetzen, sondern nur mit fremden Menschen. Da man im eigenen Freundeskreis oftmals dieselben Orte kennt und gleiche Interessen pflegt, soll somit umgangen werden, dass unabenteuerliche Erlebnisse innerhalb unserer App Swap Meet vorgeschlagen werden.

3.3 Technologien – GPS und Near Field Communication (NFC)

Den letzten Punkt in unserem Dreieck stellen die Technologien dar, wobei wir unterschiedliche Systeme analysiert haben und uns im Zuge dessen für die Methoden GPS⁴¹ und Near Field Communication (NFC)⁴² entschieden.

Dies kam daher, da GPS zur Bestimmung der eigenen Komfortzonen benötigt wird, welche anschließend in einer Google Maps Karte in Form von Heatmaps⁴³ dargestellt werden. Dies dient dazu, dass der Benutzer in die Lage versetzt wird, seine eigenen Komfortzonen (Orte an denen er sich häufig aufhält) wahrzunehmen und diese Gebiete möglichst zu umgehen, um eine Routine zu vermeiden.

Damit Swap Meet sicherstellen kann, dass ein Benutzer sich auch wirklich an einem bestimmten Ort befindet und das System nicht betrogen wird, erfolgt der Check-in von Benutzern vor Ort über NFC. Dazu gibt es Swap Meet Sticker mit integrierter NFC-Technik, welche vor Ort von Insidern angebracht werden und als eine Art Lesegerät fungieren. Die Teilnehmer der Challenges (Herausforderungen) können über diese mit einem NFC-fähigen Handy vor Ort innerhalb von Sekunden einchecken. Dies erfordert lediglich vorab einen

⁴¹ Das globale Positionierungssystem (GPS) ist ein satellitengestütztes Funknavigationssystem, welches Benutzern ermöglicht, ihre Position bei allen Wetterbedingungen rund um die Uhr zu ermitteln

(vgl. WAS IST GPS?, http://de.support.tomtom.com/app/answers/detail/a_id/3252/~was-ist-gps%3F (04.03.2016)).

⁴² NFC steht für "Near Field Communication" und beschreibt einen genormten Standard zu Übertragung von Daten im Nahbereich (also über eine kurze Distanz von wenigen Zentimetern) per Funktechnik

(vgl. Was ist NFC eigentlich?, <http://www.nfc-handly.eu/nfc-basisinformationen/was-ist-nfc-eigentlich/> (04.03.2016)).

⁴³ Eine Heatmap ist eine analytische Darstellungsform zur Visualisierung von Daten, die im Online-Marketing verwendet werden, um das Nutzerverhalten sowie den Aufbau von Websites zu analysieren. Aus der Analyse ergeben sich meist wichtige Aspekte für die Optimierung einer Internetseite

(vgl. Heatmap, <https://de.onpage.org/wiki/Heatmap> (04.03.2016)).

einmaligen Registrierungsprozess, damit der Benutzer anhand einer Tag-ID an dem jeweiligen Ort (über eine Location-ID) von Swap Meet erkannt bzw. authentifiziert werden kann. Dieses System gewährleistet daher die physische Anwesenheit eines Benutzers vor Ort und verhindert die Ausnutzung des Systems.

4. Prototyp Swap Meet

An dieser Stelle folgen ein paar wichtige Ansichten unseres Prototyps Swap Meet.



Abb. 4: Swap Meet Anmeldung

Der Benutzer meldet sich für den Service über die App Swap Meet an, um neue geheime Orte zu entdecken und andere Menschen kennenzulernen.

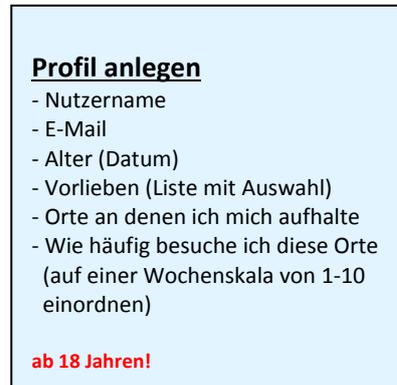


Abb. 5: Profil anlegen

Nach der Anmeldung erfolgt die Erstellung eines persönlichen Profils, worin der Benutzer seine Daten, wie Nutzernamen, E-Mail, Alter, Vorlieben, Orte an denen er sich häufig befindet, etc., angibt.

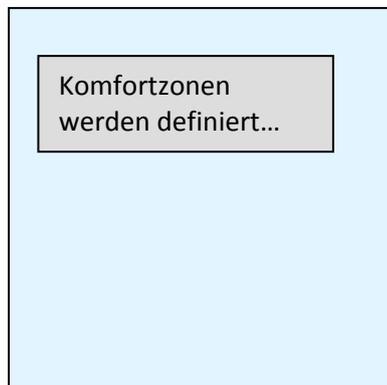


Abb. 6: Komfortzonen werden definiert

Aus den Profilinformatoren werden dann die eigenen Komfortzonen definiert.

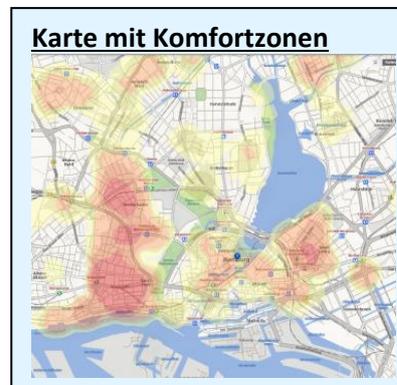


Abb. 7: Karte mit Komfortzonen **

Die Komfortzonen werden auf einer Google Maps Karte in Form von Heatmaps dargestellt, damit der Benutzer erkennen kann, an welchen Orten er sich häufig befindet. Die Gebiete der Komfortzonen sollten durch Swap Meet hinsichtlich der Empfehlungen vermieden werden, damit der Benutzer nicht in eine Routine verfällt und diese somit umgangen werden kann.

** vgl. Hamburg Karte mit Heatmaps, <http://www.pc-max.de/sites/pc-max.de/files/images/i6a18c1aec146036ca0fe84cd2b8c7e5b.png> (03.03.2016).

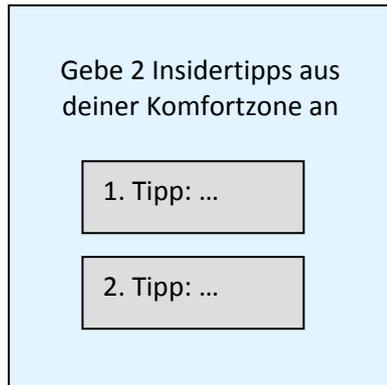


Abb. 8: Insidertipps angeben

Um an den Challenges teilnehmen zu können, hat jeder Benutzer zunächst erst einmal selbst zwei Tipps anzugeben, um anschließend von anderen Personen Insidertipps freigeschaltet zu bekommen.

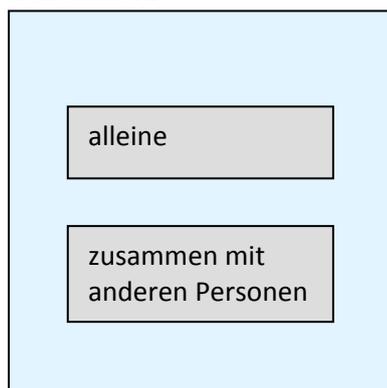


Abb. 10: Challenge zu einem Thema alleine oder zusammen mit anderen Personen absolvieren

Es gibt die Möglichkeit eine Challenge zu einem Thema alleine oder zusammen mit anderen Personen zu absolvieren. Auf diese Weise kann ein Benutzer neue Kontakte knüpfen und ggf. auch neue Freunde finden.



Abb. 9: Thema und Challenge wählen

Je nachdem worauf der Benutzer gerade Lust hat, kann er zwischen verschiedenen Themen (z.B. Cocktail, Kaffee, Sport, etc.) wählen. Danach wählt er zwischen zwei Arten von Challenges (Simple Challenge und Extrem Challenge) aus.



Abb. 11: Orte finden, mit NFC einchecken und Punkte sammeln

Je nachdem für welche Challenge sich der Benutzer im Vorwege entschieden hat, werden ihm Daten über einen Ort zur Verfügung gestellt. Bei der Simple Challenge erhält er Adresse und Koordinaten. Bei der Extrem Challenge hat er den Ort jedoch via Schnitzeljagd ausfindig zu machen. Vor Ort kann der Benutzer dann per NFC (über Swap Meet Sticker mit integrierter NFC-Technik) einchecken und Punkte sammeln. Die Anzahl der Punkte variiert von Level zu Level. Bei Swap Meet gibt es das Start Level und drei weitere Levels (Bronze, Silber und Gold). Je nach Level und Punktzahl steigt man in einer Rangliste auf oder ab, diese kann auch von anderen Personen eingesehen werden, wodurch eine Art Wettbewerb entstehen kann.

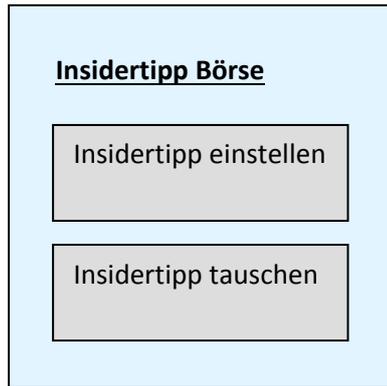


Abb. 12: Insidertipp Börse

Eine weitere Möglichkeit die Swap Meet bietet, ist die Insidertipp Börse, über welche Benutzer Tipps einstellen und tauschen können.

5. Fazit zu den Handlungsschritten – “Next Steps”

Im Zuge der “Next Steps” könnte der Aspekt der Monetarisierung berücksichtigt werden, wodurch Benutzer für Check-ins an Orten eine monetäre Belohnung erhalten können. Beispielsweise könnte dies ein kostenloses Stück Kuchen in einem Café sein oder Prozente auf ein bestimmtes Produkt oder eine Marke bei einer Drogeriemarktkette. Der Anreiz einen bestimmten Ort häufiger zu besuchen würde somit eindeutig gesteigert werden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt, welcher Anwendung finden könnte, wäre eine Art Ableger der Tauschbörse – die Swap Meet Singlebörse. Über diese kann man nicht nur neue Leute kennenlernen, sondern ggf. sogar den Partner fürs Leben finden.

Da die App Swap Meet derzeit noch auf Hamburg beschränkt ist, könnte diese auf andere Städte ausgeweitet werden, um noch mehr Menschen die Möglichkeit zu geben ihre Komfortzone zu verlassen und somit eine Routine zu durchbrechen.

6. Ausblick / Swap Meet in der Anwendung

Die Voraussetzung für eine erfolgreiche Teilnahme an dem Konzept der neuen innovativen Location App Swap Meet ist selbstverständlich, dass man offen für Neues ist. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die App genutzt werden kann, um neue geheime Orte zu entdecken, andere Menschen kennenzulernen und vieles mehr. Den Benutzern kann es somit gelingen, sich aus ihrer eigenen Komfortzone herauszubekommen und eine Routine zu durchbrechen, wodurch Lebenserfahrungen in einer Vielzahl von Bereichen gesteigert werden können. Abschließend ist festzuhalten, dass durch die neue Location App Swap Meet Stadterzählung mal ganz anders und viel innovativer als zuvor erfahren werden kann.

IV. Anhang: Insidertipp – Küchenkonzert im Kölibri

Das Küchenkonzert im Kölibri ist ein Beispiel für einen Insidertipp der bei Swap Meet getauscht werden könnte.

Gesprächsskizze mit der Organisatorin Rike Salow vom Küchenkonzert im Kölibri (27.11.2015)

Wie bist du auf die Idee gekommen?

Es wurde im Kölibri eine neue Küche gebaut. Dann hatten viele Mitarbeiter gesagt, dass man mal eine Veranstaltung mit der Küche machen sollte und daraufhin fielen mir Küchenkonzerte ein. Ich hatte früher zur Studentenzeit selbst bei der Organisation von Konzerten mitgemacht und ein Freund von mir hatte Küchenkonzerte in WGs organisiert. Das fand ich witzig, so entstand die Idee vom Küchenkonzert.

Seit wann organisierst du die Küchenkonzerte?

Seit Mai 2015.

Man hat das Gefühl, dass hier ein Nachbarschaftstreffen stattfindet – trotz der Nähe zur Reeperbahn. Es kommen schon eher Leute her, die hier wohnen oder?

Ja, hauptsächlich. Ich glaube, die meisten sind aus der Ecke St. Pauli und Altona.

Wie erfahren die Leute vom Küchenkonzert?

Eher durch Mundpropaganda. Es sind auch viele bekannte Gesichter dabei, die regelmäßig kommen. Es kommt kein "typisches Reeperbahnpublikum" hierher. Vielleicht liegt es an der Uhrzeit, da das Konzert relativ früh anfängt. Das Küchenkonzert kennt man eigentlich nur, wenn man hier wohnt.

Wie wählst du die Bands aus?

Die Bands schicken uns ihre Musik zu, welche ich mir zusammen mit meiner Kollegin anhöre. Wir versuchen eine Mischung aus Profis und Nachwuchsmusikern zu kreieren. Kuriositäten sind auch willkommen. Es sind hauptsächlich Hamburger, aber wir hatten auch schon Anfragen aus anderen Bundesländern, sogar aus Dänemark und Holland. Fand ich enorm, dafür, dass es bei uns relativ klein ist und dann auch noch auf Hut gespielt wird.

Die Nachbarn kochen auch mit. Das Kochangebot ist partizipativ. Freitags ab 16.00 Uhr kann man ins Kölibri kommen und mitkochen. Einer denkt sich immer das Rezept aus, wobei sich mittlerweile eine Kochgruppe von 8 bis 10 Leuten etabliert hat, aber diese Gruppe ist immer offen für neue Leute. Auch die Leute, die hinter dem Tresen stehen sind hauptsächlich aus dem Viertel.

V. Literaturquellenverzeichnis

- Kirman, Ben;** "Get Lost: Facilitating Serendipitous Exploration in Location-Sharing Services", (University of Lincoln), May 5-10, 2012.
- Linehan, Conor;**
- Lawson, Shaun:** (zitiert: Kirman/Linehan/Lawson, "Get Lost: Facilitating Serendipitous Exploration in Location-Sharing Services").

VI. Internetquellenverzeichnis

Gamification,
<https://de.wikipedia.org/wiki/Gamification> (17.02.2016).

Hamburg Karte mit Heatmaps,
<http://www.pc-max.de/sites/pc-max.de/files/images/i6a18c1aec146036ca0fe84cd2b8c7e5b.png> (03.03.2016).

Heatmap,
<https://de.onpage.org/wiki/Heatmap> (04.03.2016).

Logo "Standortsymbole",
https://www.aral.de/content/dam/aral/Images/ratio%201-1/icons/location-icon-vector-location_map_pin_blue5.png (01.03.2016).

Logo "Unendlichkeitszeichen mit Pfeilen",
<http://hsg-badwim.de.www314.your-server.de/archiv/bis2014/images/stories/sonstiges/logo-tb-40.x24.jpg> (01.03.2016).

Return on Investment (ROI) Definition,
<http://www.welt-der-bwl.de/ROI-Return-on-Investment> (03.03.2016).

WAS IST GPS?,
http://de.support.tomtom.com/app/answers/detail/a_id/3252/~was-ist-gps%3F (04.03.2016).

Was ist NFC eigentlich?,
<http://www.nfc-handy.eu/nfc-basisinformationen/was-ist-nfc-eigentlich/> (04.03.2016).

Versicherung über Selbstständigkeit

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig verfasst und nur die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe.

Hamburg, den 15.03.2016

Jens Orndt