

LOWAL – Finde lokal, wähle fundiert

Eine mobile App, die Produzenten und Konsumenten verbindet

Mehmet Direzinci, David Heinzelmann, Adrian Hoffmann, Maximilian Kähling, Lukas Kilian und Lukas Müller, INNOT-Projekt, RWU Hochschule Ravensburg-Weingarten

Einführung

- Supermärkte und Discounterketten dominieren den Einkauf. Lokale Märkte bleiben oft unsichtbar und zerstreut
- Vielen Produzenten fehlt Sichtbarkeit und digitales Know-How, um sich mit Konsumenten effizient zu vernetzen
- Zwischen Haltung und Verhalten klafft beim Lebensmitteleinkauf eine Lücke: Menschen wollen lokal kaufen, tun es aber im Alltag selten (→ **Attitude-Behavior-Gap**)

Zielsetzung

- Einheitliche Transparenz-Standards und Vergleichbarkeit über klare Indizes schaffen
- Die gesamte Suche nach lokalen Produzenten in einer App zentralisieren
- Mit einer vertrauten, reibungsarmen UX für schnelle, bewusste und fundierte Entscheidungen sorgen
- Sichtbarkeit mit realem Business Impact schaffen → mehr Hofbesuche und Umsatz

Zusammenfassung

- LOWAL vereint Entdeckung und Vergleichbarkeit mit klaren Funktionen und Indizes zu einer schlanken UX, die Vertrauen erzeugt
- Der adressierte Markt ist groß: rund 90.000 Direktvermarkter in der DACH-Region und Schweden benötigen bessere digitale Sichtbarkeit
- Das Produktprinzip ist skalierbar: klare Maßeinheiten und konsistente Darstellungen regionaler Vielfalt für bessere Erlebnisse

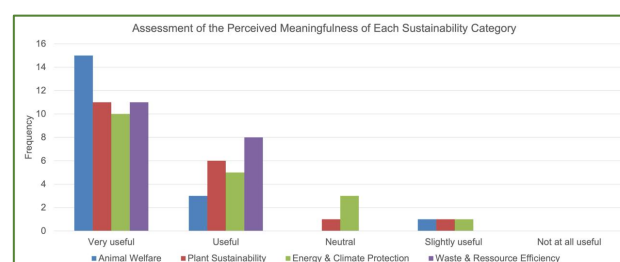
Methodik

- Kombination von lautem Denken (Thinking-Aloud) mit standardisiertem 5-Punkte-Likert-Fragebogen, um Nutzungserleben zuverlässig und ausführlich zu erfassen
- Getestet in kontrolliertem Hochschul-Setting mit **n=19** digital affinen Studierenden unter identischem Briefing, Geräten und Fragebögen
- Vor dem Start bekamen alle Teilnehmenden ein Briefing zu Zweck und Nutzen der App
- Statt vordefinierter Tasks erhielten die Teilnehmenden gezielte Fragen zu Indizes, Detailansichten, Karte und Filter
- Während der freien Erkundung der App kommentierten die Teilnehmenden ihre Gedanken fortlaufend
- Die Indizes wurden besonders detailliert betrachtet. Verständlichkeit, Plausibilität der Stufenlogik und Beitrag zu einer vergleichbaren Entscheidungsgrundlage standen im Fokus
- Karte und Filter wurden auf Orientierung, Auffindbarkeit relevanter Infos und Reibungsarmut im Ablauf untersucht



Ergebnisse

- Die Kartenansicht wurde mehrheitlich als klar, hilfreich und visuell stimmig beschrieben; über 80% der Befragten gaben an, die Karte regelmäßig für die Auswahl von Produzenten zu nutzen
- Die Orientierung gelang schnell, die Farben und Symbole wurden intuitiv gelesen. Die Strukturierung der Levels (Indizes) wurde in Form einer „Ampel“ wahrgenommen, die beim schnellen Erfassen half und die Einstiegshürde senkte
- Bei aktiver Filterfunktion zeigte sich visuelle Dichte; genannt wurden der Wunsch nach zusätzlichen Filtern (z.B. Preis, Ernährung) und besser abgegrenzten Markern in dichten Gebieten
- Die Detailansicht wurde als zentraler Mehrwert erlebt: strukturierte Infos förderten fundierte Entscheidungen und Vertrauen
- Die fünfstufige Nachhaltigkeitsdarstellung wurde breit akzeptiert. Sie erleichterte das Lesen der Level und wirkte vertraut
- Bei der wahrgenommenen Bedeutung der Levels zeigte das Tierwohl die besten Ergebnisse: die Mehrheit empfand die Darstellung als „sehr nützlich“ (n=15) oder „nützlich“ (n=3). Levels für Pflanzennachhaltigkeit und Abfall/Ressourcen wurden ebenso als nützlich bewertet. Energie/Klima erhielt heterogenere Urteile
- In der Kaufabsicht zeigte Tierwohl ebenso den größten Einfluss: die Mehrheit (n=12) sagte aus, dass das dargestellte Tierwohl definitiv Einfluss auf ihr Kaufverhalten nimmt. Ressourcen- und klimabezogene Aspekte wurden hingegen zwar gedanklich berücksichtigt, aber als weniger handlungsleitend empfunden
- Insgesamt wurde LOWAL als **praktisch, verständlich und vertrauenswürdig** wahrgenommen. Die App unterstützt bewusstere Entscheidungen und eine erwartete Schließung der Lücke zwischen Haltung und Verhalten im lokalen Lebensmittelkonsum. Die **Nutzungsabsicht ist sehr hoch**, v.a. bei Umzügen, Reisen oder gezielten Produktsuchen



Literatur

- Höpken, W. (2022). Analyse der Akzeptanz unterschiedlicher Darstellungsformen nachhaltiger Angebote in touristischen Online-Plattformen (A/B-Test)
- Nicolosi, A., Laganà, V. R., Laven, D., Marciàno, C., & Skoglund, W. (2019). Consumer Habits of Local Food: Perspectives from Northern Sweden. Sustainability, 11(23), 6715.
- Quinn, C., Allen, K., Quinn, J., Razo, A., Andersen, S., & Brown, H. (2025). Cultivating connections: A comparison of food producer and consumer values and implications for the viability of local food networks. Agriculture and Human Values.

Kontakt

- www.linkedin.com/in/mehmet-direzinci
- www.linkedin.com/in/david-heinzelmann
- www.linkedin.com/in/hoffmann-adrian
- www.linkedin.com/in/maximilian-kähling
- www.linkedin.com/in/lukaskilian
- www.linkedin.com/in/LukasMüller1