

# Master Thesis

**Master of Science in Angewandter Psychologie FHNW**

an der



Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Angewandte Psychologie

Thema: **Sozialer Einfluss als möglicher Determinant zur Verhaltensbeeinflussung bei den MyFoodways-App NutzerInnen**

Vorgelegt von: Denise Berger-Widmer  
denise.bergerwidmer@students.fhnw.ch

Betreuerin: Dr. Vivianne Visschers  
vivianne.visschers@fhnw.ch

Abgabedatum: Olten, 25. Juni 2018

## **Danksagung**

Zum Gelingen meiner Masterthesis haben viele Personen direkt oder indirekt beigetragen. Ich möchte allen Personen danken, die mich bei der thematischen Auseinandersetzung sowie bei der Erstellung der Arbeit unterstützt und begleitet haben.

An erster Stelle gilt ein herzliches Dankeschön meiner Betreuungsperson von der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW Frau Dr. Vivianne Visschers die mich mit wertvollen Hinweisen während des Arbeitsprozesses beraten und unterstützt und damit maßgeblich zum Entstehen der Masterthesis beigetragen hat.

Weiter möchte ich mich bei Laura Robinson, Projektleiterin der MyFoodways-App, für die praxisnahen Inputs bedanken.

Einen gebührenden Dank gilt auch allen InterviewpartnerInnen für die Bereitschaft, sich Zeit einzuräumen und meine Fragen offen und ehrlich zu beantworten. Den zahlreichen TeilnehmerInnen meiner Online-Befragung möchte ich ebenfalls danken, ohne die diese Arbeit nicht hätte entstehen können.

Bei meinen Freunden und meiner Familie bedanke ich mich besonders für den emotionalen Rückhalt und die kontinuierlich motivierenden Worte und Taten.

## **Abstract**

Food production and consumption are responsible for a significant part of environmental pollution. Almost a third of the environmental impact caused by our overall consumption is a result of our food consumption (Swiss Federal Office for the Environment FOEN, 2012). Consumers can make a significant contribution to reducing these environmental impacts by deciding for a climate-friendlier diet. Another challenge facing society today is the increase in nutritional diseases (Swiss National Science Fund, 2012). Nowadays, eating habits are dominated by an energy-rich, predominantly animal based, highly processed and high-fat diet. Therefore special attention must be paid to the interrelation between organic food production and sustainable and healthy eating habits.

Foodways Consulting is developing a mobile application that supports users in their menu selection with regard to sustainable and healthy nutrition. With the current version of the app, there are no social interaction processes between individual users, although it would be possible to implement them. Therefore, this work deals with the question of whether social influences within the MyFoodways-App have an influence on the menu choice of users.

By means of a qualitative interview study, the wishes for social interaction processes within a nutrition app were recorded and various aspects of the social influence on eating habits were investigated in detail. Based on these results, an experimental study was conducted. Possible social influencing situations were varied within three scenarios. Subsequently, the effects on potential app users were investigated. It was found that the prevalent social norm, has an influence on the (nutritional-)behaviors of individuals.

**Keywords:** Sustainable and healthy nutrition, eating habits, social influence, mHealth, prevention

## Zusammenfassung

Die Ernährung ist für einen bedeutenden Teil der Umweltbelastungen verantwortlich. Fast ein Drittel, der durch unseren Konsum verursachten Umweltbelastungen, führt auf den Nahrungsmittelverbrauch zurück (Bundesamt für Umwelt BAFU, 2012). KonsumentInnen können mit der Entscheidung über ihr Ernährungsverhalten einiges zur Reduktion dieser Umweltbelastungen beitragen. Eine weitere Herausforderung der heutigen Gesellschaft stellt die Zunahme von ernährungsbedingten Krankheiten dar (Schweizerischer Nationalfond zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung, 2012). Die Ernährungsgewohnheiten werden heutzutage durch eine energiereiche, vorwiegend tierisch, stark verarbeitete und fettreiche Ernährung dominiert. Das, obwohl allgemein bekannt ist, dass eine gesunde Ernährung eine positive Auswirkung auf die körperliche Gesundheit und das Wohlbefinden hat. Dem Zusammenhang zwischen ökologischer Lebensmittelproduktion, nachhaltigem und gesundem Ernährungsverhalten ist demnach eine besondere Beachtung beizumessen. Ein nachhaltiges und gesundes Ernährungsverhalten zeichnet sich aus durch die bewusste Menüwahl, dem Verzehr von Lebensmittel die sowohl umweltschonend und sozial verträglich produziert wurden sowie einen Beitrag zur persönlichen Gesundheit und zum Wohlbefinden leisten.

Das Unternehmen Foodways Consulting entwickelt eine mobile Applikation (kurz App), welche NutzerInnen bei der Menüwahl hinsichtlich *nachhaltiger* und *gesunder* Ernährung Unterstützung bietet. Bei der aktuellen Version der App sind keine sozialen Interaktionsprozesse zwischen einzelnen Usern vorhanden, obwohl die Möglichkeit bestünde, solche zu implementieren. Darum beschäftigt sich diese Arbeit mit der Frage, ob soziale Einflüsse innerhalb der MyFoodways-App einen Einfluss auf die Menüwahl von NutzerInnen nehmen.

Mittels einer qualitativen Interviewstudie wurden die Wünsche an soziale Interaktionsprozesse innerhalb einer Ernährungs-App erfasst sowie verschiedene Aspekte des sozialen Einflusses beim Ernährungsverhalten ausführlich erkundet. Aufbauend auf diesen Ergebnissen wurde eine experimentelle Studie durchgeführt. Dabei sind mögliche soziale Einflussituationen innerhalb von drei Szenarien variiert worden. Anschliessend wurden die Auswirkungen auf potenzielle App-NutzerInnen untersucht. Dabei zeigte sich, dass die vorherrschende Norm, die in Form einer Bewertung vorlag, einen Einfluss auf das (Ernährungs-)Verhalten von Individuen hat.

**Schlüsselwörter:** Nachhaltige und gesunde Ernährung, Ernährungsverhalten, sozialer Einfluss, mHealth, Prävention

## Inhaltsverzeichnis

<b>Danksagung</b> .....	<b>III</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>IV</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>VI</b>
<b>Eigenständigkeitserklärung</b> .....	<b>IV</b>
<b>1 Einleitung, Problem- und Fragestellung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Umweltbelastung durch Ernährung .....	2
1.1.1 Reduktionspotenziale bei der Umweltbelastung durch Ernährung.....	3
1.2 Gesunde Ernährung.....	5
1.2.1 Ernährungsgewohnheiten im Wandel der Zeit .....	5
1.2.2 Ernährungsgewohnheiten im sozialen Kontext .....	5
1.3 Elektronische Gesundheitsdienste und mobile Health.....	7
1.3.1 «eHealth» .....	7
1.3.2 «mHealth» .....	7
1.4 Fragestellungen und Hypothesen.....	8
1.5 Aufbau der Arbeit.....	9
<b>2 Theoretischer Hintergrund</b> .....	<b>11</b>
2.1 Die Theorie des geplanten Verhaltens (Theory of Planned Behavior) .....	11
2.2 Sozialer Einfluss .....	14
2.2.1 Soziale Normen .....	14
2.2.2 Normativer sozialer Einfluss.....	14
2.2.3 Informativer sozialer Einfluss.....	15
<b>3 Einführung in das Design</b> .....	<b>17</b>
<b>4 Interviewstudie</b> .....	<b>18</b>
4.1 Ziele.....	18
4.2 Methode – Materialien, Stichprobe, Verfahren und Analysetechnik.....	18
4.2.1 Interviewleitfaden.....	18

---

4.2.2	Vorabfestlegung der Stichprobe .....	19
4.2.3	Durchführung der halbstandardisierten Interviews .....	19
4.2.4	Auswertung der Interviews .....	19
4.3	Ergebnisse .....	20
4.3.1	Beschreibung der Stichprobe .....	20
4.3.2	Ergebnisse aus den Interviews.....	21
4.3.3	Auffälligkeiten aus den halbstandardisierten Interviews .....	34
4.3.4	Zwischenfazit und Hinweise für die Experimente .....	35
<b>5</b>	<b>Experimentelle Studie .....</b>	<b>36</b>
5.1	Ziele .....	36
5.1.1	Hypothesen .....	36
5.2	Methode – Materialien, Stichprobe, Verfahren und Analysetechnik.....	36
5.2.1	Aufbau Online-Experiment .....	36
5.2.2	Stichprobe .....	38
5.2.3	Fragebogen .....	38
5.2.4	Durchführung der Online-Befragung.....	43
5.2.5	Statistische Auswertungsmethoden.....	43
5.3	Ergebnisse .....	44
5.3.1	Die Stichprobe .....	44
5.3.2	Deskriptive Ergebnisse .....	45
5.3.3	Hypothesenprüfung.....	45
<b>6</b>	<b>Ergebnisse und Diskussion .....</b>	<b>52</b>
6.1	Beantwortung der Fragestellungen .....	52
6.2	Reflexion.....	57
6.2.1	Interviewstudie.....	57
6.2.2	Experimentelle Studie .....	57
6.3	Limitationen und Ausblick .....	59
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>60</b>

---

<b>Anhang.....</b>	<b>69</b>
Anhang A: Interviewstudie .....	69
A. 1 Screening- Fragebogen zur Auswahl der Interviewpartner/innen .....	70
A.2 Interviewleitfaden «Soziale Einflussituationen bei der MyFoodways-App» .....	72
A.3 Transkripte der Interviews .....	78
A.4 Auswertung qualitativer Interviews .....	137
Anhang B: Experimentelle Studie .....	171
Anhang C: Statistische Auswertungen .....	184
C. 1 Stichprobe.....	184
C. 2 Deskriptive Statistik.....	186
C. 3 Varianzhomogenitätstest.....	188
C. 4 Einfaktorielle multivariate Varianzanalyse (MANOVA).....	190

---

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Durch den Lebensmittelkonsum in der Schweiz verursachte Umweltbelastung	.2
Abbildung 2: Aufteilung der Umweltbelastung der Ernährung in der Schweiz	.....3
Abbildung 3: „Theory of Planned Behavior“	.....13
Abbildung 4: Grafische Darstellung sequentielles qualitativ-quantitatives Design	.....17
Abbildung 5: Grafische Darstellung Aufbau Online-Experiment	.....39
Abbildung 6: Grafische Darstellung einfaktorielle multivariate Varianzanalyse	.....47
Abbildung 7: Bedürfnispyramide	.....55

---

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht Kategoriensystem Inhaltsanalyse.....	21
Tabelle 2: Mögliche soziale Einfluss Situationen innerhalb einer Ernährungs-App .....	30
Tabelle 3: Rangfolge der vorgelegten App-Funktionen.....	33
Tabelle 4: Deskriptive Statistik "wahrgenommener Einfluss durch soziales Umfeld" .....	46
Tabelle 5: Ergebnisse Levene-Test über alle drei Szenarien .....	48
Tabelle 6: Tests der Zwischensubjekteffekte (Szenario C) .....	49

# 1 Einleitung, Problem- und Fragestellung

«Die Ernährung ist eines der grundlegendsten menschlichen Bedürfnisse. Die Entwicklung der technischen Möglichkeiten, die Veränderung der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und der Wandel der individuellen Lebensstile haben dazu geführt, dass dieses Bedürfnis in den entwickelten Ländern heute nicht mehr ökologisch nachhaltig erfüllt werden kann» (Jungbluth, 2000).

Der Lebensmittelkonsum ist in der Diskussion um Nachhaltigkeitsprobleme und Umweltbelastungen von erheblicher Relevanz, da er sich auf *die Umwelt* als auch auf *die menschliche Gesundheit* direkt auswirkt (Reisch, Eberle & Lorek, 2013; Tobler, Visschers & Siegrist, 2011). Es ist von zentraler Bedeutung, die Essgewohnheiten der Bevölkerung nachhaltiger und gesünder zu gestalten. Studien belegen, dass sich das generelle Wissen in der Bevölkerung über Ernährung zwar erweitert hat (Eberle u. a., 2005; Oltersdorf & Ecke, 2003), trotzdem fällt es vielen Menschen schwer, einen guten Umgang mit Lebensmitteln zu pflegen sowie wissenschaftliche Empfehlungen bzw. eine gesunde, ausgewogene und nachhaltige Ernährungsweise umzusetzen (Schnellbacher, 2017). Des Weiteren wird darauf hingewiesen, dass ein deutlicher Kompetenzverlust insbesondere bei der Zubereitung von Lebensmitteln, der Weiterverarbeitung von Resten und der Lebensmittelentsorgung vorhanden ist (Beer, 2006).

In der heutigen Informations- und Wissensgesellschaft nehmen Kommunikationstechnologien einen zentralen Stellenwert ein und Medien wie das Internet, TV, diverse Magazine und Bücher führen beispielsweise zu einer Vielzahl an ernährungsspezifischen Informationen (Schnellbacher, 2017). Das Web 2.0, aus dem die sozialen Medien geboren wurden, zeichnet sich durch die Möglichkeiten der interaktiven und kollaborativen Elemente aus (Endres, 2018). Die Mediennutzung ist also nicht mehr nur ein einfacher passiver Vorgang, im Gegenteil, die Selbstbestimmtheit der NutzerInnen rückt in den Mittelpunkt. Nutzende können selbst entscheiden, wann sie welche Informationen abrufen wollen. Auch können sie die Medien selbst mitgestalten (Endres, 2018).

Wenn also trotz des verbreiteten Wissens, was eine gesunde und nachhaltige Ernährung ausmacht, in der Schweizer Bevölkerung eine Diskrepanz zwischen dem Ernährungswissen und dem tatsächlichen Ernährungsverhalten vorhanden ist, spricht dies für den weiteren Bedarf, auf präventiver Ebene, Interventionen zu implementieren. Für Angebote und die Bereitstellung von ernährungsspezifischen Informationen stellt das Internet, insbesondere die direkte Kommunikation über soziale Medien, ein interessanter Weg dar. Es fordert die Partizipation von KonsumentInnen an Ernährungsthemen.

Die Auswirkungen sozialer Funktionen innerhalb von sozialen Medien sind wenig erforscht, obwohl diese bereits auf vielerlei Arten eingesetzt werden. Aus diesem Hintergrund soll in der vorliegenden Masterarbeit der Forschungsgegenstand sein, ob soziale Einflussituationen innerhalb von mobilen Applikationen als mögliche Determinanten zur Verhaltensbeeinflussung der NutzerInnen herangezogen werden und damit einen Einfluss auf die nachhaltige und gesunde Ernährung von KonsumentInnen ausüben können.

## 1.1 Umweltbelastung durch Ernährung

Unser Ernährungsstil hat einen erheblichen Einfluss auf die Qualität unserer Umwelt, denn in der Schweiz werden 19 % der Treibhausgase und 28 % der persönlichen Umweltbelastungen (siehe Abbildung 1) durch die Ernährung verursacht (Bundesamt für Umwelt BAFU, 2012; WWF Schweiz, 2016). Die ernährungsbedingten Umweltbelastungen umfassen unter anderem den Energieverbrauch, welcher für den Anbau, die Verarbeitungsschritte sowie den Transport der Nahrungsmittel erforderlich ist. Auf dem langen Lebensweg vom Acker bis zum Teller benötigen Nahrungsmittel als auch beim Einkauf, für die Kühlung, bei der Zubereitung sowie für die Entsorgung ihrer Verpackung und Reste durch die Haushalte zusätzliche Energie (Bundesamt für Umwelt BAFU, 2012). Als Folge entstehen Treibhausgase und Luftschadstoffe, welche die Atmosphäre belasten. Neben dem Energieverbrauch erfordert die Gewinnung von pflanzlicher Nahrung auch weitere Ressourcen, wie beispielsweise das Agrarland und Wasser.



Abbildung 1: Durch den Lebensmittelkonsum in der Schweiz verursachte Umweltbelastung. In Anlehnung an (Klamm, Hildesheimer, Bernold, & Eichhorn, 2015).

Somit steht die Produktion von Nahrungsmittel in direktem Zusammenhang mit unserer Umweltbelastung. Auf der einen Seite erhöht sich aufgrund des Bevölkerungswachstums der Nahrungsmittelbedarf, auf der anderen Seite führt die grosse Nachfrage nach umweltbelastenden Lebensmitteln wie Fleisch, Fisch, Milchprodukte, Getränke (dabei vorwiegend

beim Konsum von Kaffee und Alkohol) sowie Lebensmittelimporte, insbesondere bei Warentransporten mit Flugzeugen, zu einer stetigen Umweltbelastung. Allein der Konsum von Fleisch-, Fisch- und Milchprodukten macht über 40 % der gesamten Umweltbelastungen (siehe Abbildung 2) bei der Bereitstellung von Nahrungsmittel aus (WWF Schweiz, 2016).

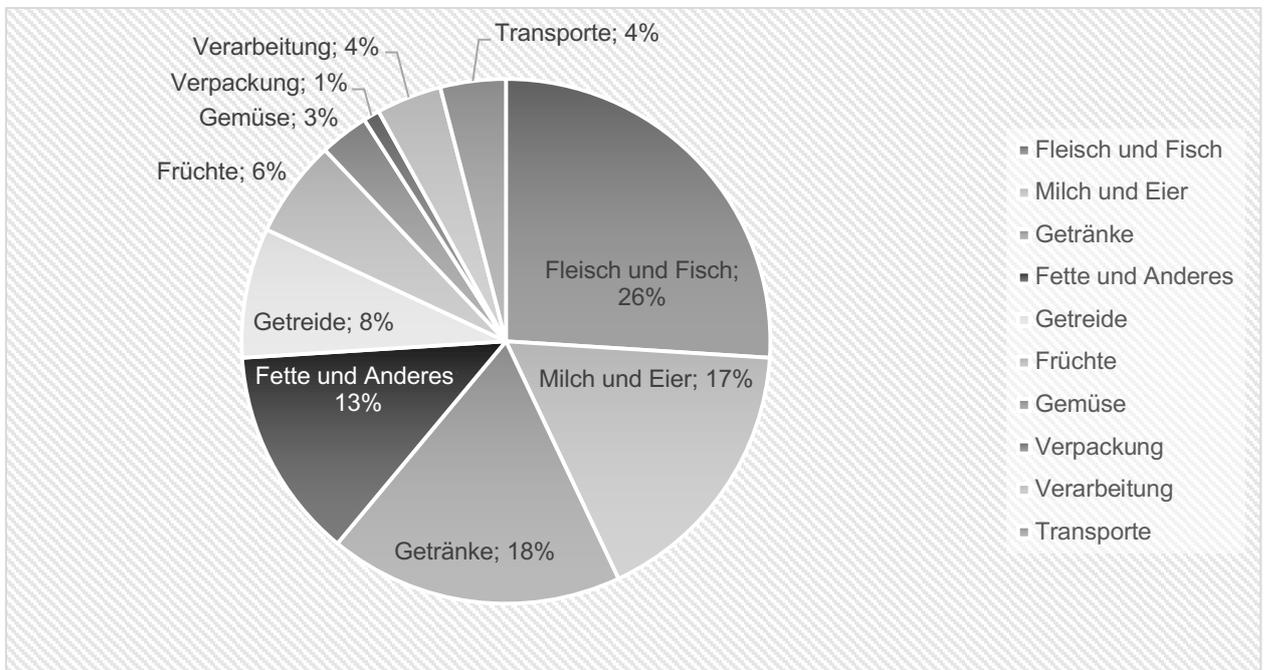


Abbildung 2: Aufteilung der Umweltbelastung der Ernährung in der Schweiz. In Anlehnung an WWF Schweiz, 2016.

Im Gegensatz zu anderen Konsumgütern ist die Ernährung ein Grundbedürfnis und kann dementsprechend weder aufgegeben noch ersetzt werden. Trotzdem können KonsumentInnen mit der Entscheidung über ihr Ernährungsverhalten einiges zur Reduktion dieser Umweltbelastung beitragen. Mit einer umweltbewussten Ernährung lassen sich nämlich die Umweltbelastungen wesentlich reduzieren.

### 1.1.1 Reduktionspotenziale bei der Umweltbelastung durch Ernährung

Im Auftrag des Bundesamts für Umwelt BAFU haben Jungbluth, Itten & Stucki (2012) detailliert untersucht, welche Reduktionspotenziale bei der Menüwahl beziehungsweise beim Erwerb von Nahrungsmitteln vorhanden sind. Wie im vorherigen Kapitel aufgeführt, entstehen die Umweltbelastungen durch die Produktion und Zubereitung von Nahrungsmitteln von verschiedenen Beteiligten und bestehen aus einer Kette vom Nahrungsmittelanbau bis hin zur Entsorgung der Abfälle. Alle an diesem Lebenszyklus beteiligten Akteure können direkt zu einer «Ökologisierung» beitragen. Die «Ökologisierung» umfasst dabei alle Anstrengungen, um die negativen Auswirkungen der Produktion, der Kaufentscheidungen oder der

Ernährungsweise auf die Umwelt zu reduzieren. Jungbluth, Itten & Stucki (2012) nennen an diesem Punkt folgende Optionen, die möglichst alle genutzt werden sollten:

- **Ökologisierung der Produktionsabläufe:** Ökologische Landwirtschaft, die Reduktion des Einsatzes von Pflanzenschutzmittel, Treibstoffen und Düngemitteln, Energieeinsparungen bei der Verarbeitung, Kühlung und Zubereitung sowie die Optimierung von Transporten und die Verringerung von Verarbeitungsverlusten und Verderb.
- **Umweltbewusste Auswahl von Produkten durch die KonsumentInnen:** Durch das Kaufverhalten bestimmen KonsumentInnen, was produziert wird. So können beispielsweise vermehrt regionale Produkte mit einem Biolabel gekauft, es kann auf tiefgefrorene Produkte verzichtet oder Früchte und Gemüse saisonal angepasst ausgewählt werden.
- **Ökologisierung der Ernährungsweise:** KonsumentInnen können grundsätzliche Entscheidungen über ihr Ernährungsverhalten treffen, die zu einer Ökologisierung beitragen. Hierzu gehört insbesondere die Reduktion des Konsums von Fleisch und anderen tierischen Produkten.

Erfolgsversprechend sei nur die gleichzeitige Umsetzung aller oben genannten Hauptpunkte (Jungbluth & Faist Emmenegger, 2004).

Für die vorliegende Studie wird der Fokus auf die Ebene der KonsumentInnen gelegt, da sie konkrete Einflussmöglichkeiten zur Verringerung der Umweltbelastungen besitzen. Wenn regionale und saisonale Nahrungsmittel bevorzugt werden, können damit lange Transportwege und dadurch der Energieverbrauch und die Treibhausgasemissionen vermieden werden. Auch die Umweltbelastung durch den Gewächshausanbau kann damit vermieden werden, wenn Acht darauf gegeben wird, dass die Produktionsbedingungen der entsprechenden Nahrungsmittel positiv ausfallen (z. B. Klima, Wasserverfügbarkeit, Boden). Jungbluth, Itten & Stucki (2012) halten fest, dass in der Schweiz etwa 50 % der konsumierten Lebensmittel aus dem Ausland stammen. Eine regionale und eigenständige Lebensmittelversorgung ist in der Schweiz nur bei einer beträchtlichen Reduktion des Konsums von Fleisch und Eiern möglich. Dazu müsste der Konsum von tierischen Produkten um mindestens die Hälfte und der Verbrauch an Nahrungsenergie um ein Drittel reduziert werden. Durch das Konsum- und Kaufverhalten können KonsumentInnen das Angebot im Detailhandel beeinflussen. Bricht die Nachfrage nach besonders umweltbelastenden Produkten ein, wird das Sortiment entsprechend angepasst. Laut Jungbluth & Faist Emmenegger (2004) können besonders umweltbewusste KonsumentInnen den Energieverbrauch sowie die CO<sub>2</sub>-Emissionen durch ihre Ernährung auf die Hälfte gegenüber den Durchschnittsschweizern reduzieren.

## **1.2 Gesunde Ernährung**

Zu einem gesundheitsbewussten Lebensstil gehört eine gesunde, ausgewogene Ernährung dazu. Die Ergebnisse der nationalen Ernährungserhebung menuCH des Bundesamts für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (BLV) und dem Bundesamt für Gesundheit (BAG) von 2014 bis 2015 verdeutlicht jedoch, dass der Lebensmittelkonsum der Schweizer Bevölkerung unausgewogen ist. Sie weisen darauf hin, dass im Vergleich zu den Ernährungsempfehlungen durchschnittlich zu wenig Früchte, Gemüse, Hülsenfrüchte und Milchprodukte konsumiert werden. Dagegen konsumieren die Schweizerinnen und Schweizer zu viel Fleisch, süsse und salzige Lebensmittel. Der sechste Schweizer Ernährungsbericht aus dem Jahr 2012 belegt, dass vier der bedeutendsten Risikofaktoren für nicht übertragbare Krankheiten mit der Ernährung in Zusammenhang stehen. Darunter zählen der Bluthochdruck, erhöhte Blutcholesterinwerte, Übergewicht sowie der geringe Früchte- und Gemüsekonsum (Keller u. a., 2012).

### **1.2.1 Ernährungsgewohnheiten im Wandel der Zeit**

Auch wenn die Diskussion um die unterschiedlichsten Ernährungsempfehlungen laut der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE in den vergangenen 50 Jahren ein enormes Ausmass angenommen hat, haben sich die grundlegenden Empfehlungen für eine ausgewogene Ernährung, kaum geändert (Müller, 2015). Die Ernährungsgewohnheiten der Menschen haben sich jedoch stark verändert, heutzutage wird Ernährung dominiert durch eine energiereiche, vorwiegend tierisch, stark verarbeitete, fettreiche und ballaststoffarme Kost. Fertigprodukte erleben gerade in der heutigen Zeit einen ununterbrochenen Boom (Müller, 2015). Sie bestechen KonsumentInnen mit den Vorteilen, geschmacklich die grosse Masse anzusprechen, finanziell erschwinglich und zu fast jederzeit verfügbar zu sein. Mit den Nachteilen dieser Art des Lebensmittelkonsums sind auch die ernährungsbedingten chronischen Krankheiten angestiegen. Die dargelegte Situation zeigt, dass die aktuellen Ernährungsempfehlungen von vielen Personen nur teilweise oder gar nicht umgesetzt werden.

### **1.2.2 Ernährungsgewohnheiten im sozialen Kontext**

Welche Lebensmittel Menschen konsumieren, wie sie diese zubereiten und essen, aber auch welche Nahrungsmittel nicht gegessen werden, sind stark von ihrem sozialen Umfeld und der vorherrschenden Kultur abhängig (Müller, 2015). Daher sind Ernährungsgewohnheiten von Individuen nicht isoliert zu betrachten und der Einbettung in den unmittelbaren sozialen

Kontext ist Beachtung zu schenken. Soziale Kontexte, wie sie Familien oder Haushalte darstellen, bestimmen laut Empacher (2003) massgeblich die Möglichkeiten von Individuen, ihr Verhalten anzupassen, da Abstimmungsprozesse und Kompromisse zwischen den unterschiedlichen Bedürfnissen und Ansprüchen stattfinden müssen. Sie unterliegen den definierten Handlungsformen der jeweiligen sozialen Situation.

Täglich treffen Menschen über 200 Entscheidungen, die ihre Ernährung betreffen, und nur ein kleiner Teil davon geschieht bewusst (Wansink & Sobal, 2007). Ein grosser Teil dieser Ernährungsentscheidungen ist somit nicht primär von kognitiven Prozessen, sondern in starkem Masse von externen sozio-strukturellen und ökologischen Faktoren abhängig, beispielsweise von der wahrgenommenen Verfügbarkeit, von den finanziellen Ressourcen oder aber auch von den sozial gültigen Normen, also wie sich eine Person in ihrem Umfeld ernährt (Kals, Müller, & Becker, 2010). Verschiedene Studien haben gezeigt, dass der soziale Einfluss im Ernährungsbereich je nach Kontext eine positive oder negative Wirkung auf das Essverhalten von Individuen haben kann (z. B. Hermann, Roth, & Polivy, 2003; Tegan, Bevelander, & Hermans, 2015; Vartanian, Sokol, Hermann, & Polivy, 2013). Es zeigte sich, dass soziale Normen eine starke Wirkung sowohl auf die Wahl der Nahrungsmittel als auch auf die konsumierten Mengen haben (Higgs, 2015). Hermann u. a. (2003) argumentieren unter anderem, dass die Wahl des Essens von dem Wunsch beeinflusst wird, einen bestimmten Eindruck zu vermitteln und sich an sozialen Normen zu orientieren.

Der soziale Einfluss im Ernährungsbereich bildet zusammen mit den Möglichkeiten der KonsumentInnen, einen Beitrag zur Reduktion der ernährungsbedingten Umweltbelastungen sowie der Über- und Fehlernährung durch ein bewusstes Zubereiten und Konsumieren von gesunden und nachhaltigen Nahrungsmitteln, Kern dieser Studie.

Um KonsumentInnen bei einer umweltfreundlichen und gesunden Ernährungsweise zu unterstützen, entwickelt das Unternehmen Foodways Consulting im Bereich mobile Health («mHealth») eine mobile Applikation (kurz «App») welche die nachhaltige und gesundheitsförderliche Ernährung fördern soll. Der smarte Küchenhelfer bietet konkrete Menüvorschläge, welche NutzerInnen darin unterstützen soll, ihre Esspräferenzen und Motivationen in einfache, genussvolle und anpassungsfähige Rezepte zu verwandeln. Zusätzlich liefert die Ernährungs-App praktische Tipps zur Zubereitung sowie der Resteverwertung und damit einen Beitrag zur Vermeidung von Foodwaste. Längerfristig möchte Foodways Consulting bei KonsumentInnen damit ein nachhaltiges und gesundheitsbewusstes Ernährungsverhalten fördern (Foodways, 2016).

## 1.3 Elektronische Gesundheitsdienste und mobile Health

Der Wandel der Industriegesellschaft hin zur mobilen Kommunikationsgesellschaft hat mittlerweile alle Branchen und Lebensbereiche ergriffen (Lucht, Bredekamp, Boeker, & Kramer, 2013). Mit den mobilen Möglichkeiten ergeben sich neue Chancen, so auch in der allgemeinen Gesundheitsversorgung. Gesundheitsbezogene Entscheidungen werden nicht mehr allein im traditionellen Kernbereich der medizinischen Versorgung getroffen, sondern auch hinsichtlich der individuellen Lebensführung und Gesundheitshaltung zum Beispiel im Bereich Ernährung, Fitness und Wohnen (Gigerenzer, Schlegel-Matthies, & Wagner, 2016). Mit der wachsenden Bedeutung der Prävention wird den Individuen zunehmend mehr Eigenverantwortung übertragen. Experten erwarten von mobilen Health-Lösungen eine Verbesserung der allgemeinen Gesundheitsversorgung (Lucht u. a., 2013). Nachfolgend wird eine kurze Einführung in den Bereich dieser elektronischen Gesundheitsdienste gegeben.

### 1.3.1 «eHealth»

Unter «eHealth» werden alle elektronischen Gesundheitsdienste zusammengefasst. Mit dem Ziel, im Gesundheitswesen mit elektronischen Mitteln Abläufe zu verbessern und die im System Beteiligten miteinander zu vernetzen. Die Digitalisierung des Gesundheitswesens in der Schweiz schreitet stetig voran. Als Teilbereich des «eHealth» etablierten sich die sogenannten mobile Health («mHealth») Applikationen, die medizinische Verfahren und Massnahmen im Bereich der Gesundheitsfürsorge sowie im Lifestylebereich durch Geräte wie Smartphones, Tablets oder persönliche digitale Assistenten darstellen. Die MyFoodways-App ist dieser Gruppe von Apps zuzuordnen.

### 1.3.2 «mHealth»

Mobile Endgeräte werden zunehmend ein fester Bestandteil des täglichen Lebens. So wird in der heutigen Zeit vermehrt über sogenannte Smart Devices innerhalb von Messenger wie WhatsApp kommuniziert, Einkäufe werden direkt mobil und online erledigt und zum Beispiel Zeitschriften werden digital über das Smartphone gelesen. In der Schweiz benutzen 73 % der Personen im Alter von 16 bis 74 Jahren das Mobiltelefon für die mobile Internetnutzung (Bundesamt für Statistik BFS, 2018). Mit der zunehmenden Etablierung des Smartphones auf dem Mobiltelefonmarkt verdeutlicht sich die Verflechtung von Internet und Mobiltelefonie. In den vergangenen Jahren fand der mobile Gedanke auch Eingang in den Bereich der Gesundheit (Klenke & Peters, 2016). Es etablierte sich im Gesundheitswesen der Begriff «mHealth». Dieser stammt aus dem englischen und steht als Abkürzung für den Begriff «mobile Health». Dieser ist als Teilbereich von «eHealth» einzuordnen. Die

Weltgesundheitsorganisation hat den Begriff «mHealth» im Jahre 2011, als sämtliche medizinische Verfahren und Praktiken der Gesundheitsfürsorge, die durch Mobilgeräte wie Mobiltelefone, Patientenüberwachungsgeräte, persönliche digitale Assistenten (PDA) und andere drahtlos angebundene Geräte unterstützt, definiert. Der Einsatz im «mHealth» Bereich ermöglicht neue Gestaltungsformen unter anderem in der Prävention und Gesundheitsförderung sowie bei zeitgemässen Versorgungsangeboten (Endl, Jäschke, Thiel, & Wickinghoff, 2015).

Endl u. a. (2015) haben in ihrer Studie eine pfadorientierte Klassifikation von «mHealth»-Anwendungen vorgenommen und teilen dabei in folgende Kategorien ein:

- **Bürger-Bereich:** «mHealth»-Anwendungen, die aus Eigeninitiative und meist ohne einen spezifischen medizinischen Zweck (bessere Eigenwahrnehmung und Selbstoptimierung, Wellness und Fitness) ausgeführt werden. Dabei handelt es sich primär um Anwendungen, die Individuen beim Bestreben nach Wohlbefinden, Fitness und Selbstentfaltung unterstützen sollen.
- **Patienten-Bereich:** Kennzeichnet «mHealth»-Anwendungen für akut oder chronisch kranke Menschen. Das besondere Merkmal für diesen Bereich ist, dass der Einsatz von «mHealth»-Anwendungen einen spezifischen, vom Fachpersonal empfohlenen oder gar verordneten medizinischen Zweck erfüllt.
- **Administrativer Bereich:** Zu diesem Bereich zählen «mHealth»-Lösungen, die zur Unterstützung des Praxis- oder Klinikmanagements zählen. Zielgruppe sind sowohl Fachpersonen aus dem Gesundheitswesen als auch Patienten. Lösungen zur mobilen Terminfindung oder die mobile Erfassung von Patientendaten sind typische Beispiele aus diesem Bereich.

Die von Foodways Consulting entwickelte Ernährungs-App ist dem Bürger-Bereich zuzuordnen. Der Gebrauch solcher «mHealth»-Anwendungen ist nicht auf konkrete medizinische Notwendigkeiten zurückzuführen, sondern ist vielmehr durch die intrinsische Motivation der einzelnen NutzerInnen zu erklären (Endl u. a., 2015). Im Hinblick auf das Vorhandensein von gesundheitsbezogenen Apps weist dieser Bereich die quantitativ grösste Anzahl auf. Der Vorteil, überall Zugriff auf Informationen unabhängig von Ort und Zeit zu kriegen, ist für NutzerInnen bestechend. Es ist somit nicht verwunderlich, dass zum aktuellen Zeitpunkt (Stand 20. Mai 2018) in diesem Bereich über 110'000 Apps auf Google Play verfügbar sind. Applikationen im «mHealth»-Anwendungsbereich sind sehr vielfältig.

## 1.4 Fragestellungen und Hypothesen

Bei der Anwendung der MyFoodways-App besteht kein physischer zwischenmenschlicher

Kontakt. Dennoch besteht bei der Entwicklung von mobilen Applikationen die Möglichkeit, soziale Interaktionsprozesse zu implementieren. Anstelle des persönlichen Kontakts finden die Interaktionen virtuell über die App statt. Ein solch technisch basierter sozialer Austausch bietet NutzerInnen die Möglichkeit, miteinander zu interagieren und ihre Meinungen, Präferenzen und Erfahrungen untereinander auszutauschen. Wenn sozial gültige Normen einen Einfluss auf das Ernährungsverhalten (Kals u. a., 2010) sowie eine Wirkung auf die Auswahl von Nahrungsmitteln bei KonsumentInnen besitzen (Higgs, 2015), stellt sich die Frage, ob sich die Verhaltensweisen auch bei den App-NutzerInnen verändern, wenn soziale Einflussituationen innerhalb der App stattfinden. Vor diesem Hintergrund soll im Rahmen der vorliegenden Masterthesis untersucht werden, ob sich die Ernährungsentscheidungen von KonsumentInnen verändern, wenn soziale Einflussituationen unter App-Nutzenden stattfinden und das Implementieren von sozialen Interaktionsprozessen innerhalb der MyFoodways-App einen Mehrwert, hin zur gesunden und nachhaltigen Ernährung darstellt. Um sich dieser Problemstellung zu nähern, leiten folgende Fragen durch die Arbeit:

F1: Welche Arten sozialer Interaktionen wünschen sich potenzielle NutzerInnen der MyFoodways-App?

F2: Ändert sich die Menüwahl aufgrund sozialer Interaktionsprozesse, welche durch die MyFoodways-App gefördert würden?

F3: Lassen sich potenzielle MyFoodways-App NutzerInnen aufgrund des Bedürfnisses nach sozialer Zugehörigkeit von anderen Mitgliedern bei der Menüwahl beeinflussen?

- Welcher Einfluss übt das nahe soziale Umfeld auf die tägliche Menüwahl der potenziellen NutzerInnen aus?
- Wie gross ist der Einfluss des erweiterten sozialen Umfelds auf die Menüwahl?
- Inwiefern lassen sich potenzielle NutzerInnen durch unbekannte Drittpersonen bei der Menüwahl beeinflussen?

**Dazu wurden folgende Hypothesen aufgestellt, die es zu überprüfen gilt:**

H1: Die gesunde und nachhaltige Ernährungsweise des sozialen Umfelds hat eine positive Auswirkung auf das eigene Ernährungsverhalten.

H2: Soziale Interaktionsprozesse innerhalb der MyFoodways-App haben einen Einfluss auf die Menüwahl von NutzerInnen.

## **1.5 Aufbau der Arbeit**

Der vorliegende Bericht gliedert sich in sechs Teile. Nach dem Einleitungsteil mit der Einführung sowie den Forschungsfragen und Hypothesen folgt der zweite Teil mit einem

Überblick über die theoretischen Grundlagen, welche der Arbeit zugrunde liegen. Im Kapitel drei wird den Lesenden die angewandte Forschungsmethode vorgestellt. Im darauffolgenden Teil werden die Ergebnisse der empirischen Untersuchung präsentiert. Im fünften Kapitel werden die Ergebnisse diskutiert und die Fragestellungen beantwortet. Im letzten Kapitel folgt die Reflexion des methodischen Vorgehens sowie der Ausblick für die weitere Forschung.

## 2 Theoretischer Hintergrund

In diesem Kapitel wird näher auf theoretische Modelle und Konzepte eingegangen, die im Zusammenhang mit der bereits vorgestellten Thematik stehen.

Als Erstes wird die Theorie des geplanten Verhaltens (Theory of Planned Behavior, TPB) von Fishbein und Ajzen (1967) und Ajzen (1985) näher erläutert. Diese Theorie wurde bereits erfolgreich bei der Untersuchung vielfältiger Verhaltensaspekte im Bereich der Gesundheitsförderung eingesetzt (Conner, Norman, & Bell, 2002; Kara & Tsang, 2011; Lang & Spicker, 2011; Pötting & Eissing, 2013). Im zweiten Teil dieses Kapitels wird detaillierter auf die grundlegende sozialpsychologische Theorie des sozialen Einflusses eingegangen.

### 2.1 Die Theorie des geplanten Verhaltens (Theory of Planned Behavior)

Bei der Theorie des geplanten Verhaltens (Theory of Planned Behavior, TPB) von Ajzen (1985) handelt es sich um ein kognitives, prozessbasiertes Modell zur Erklärung spezifischen Verhaltens. Die Theorie ist vielseitig anwendbar und gilt als dominierendes Modell zur Erklärung von Verhaltensabsichten.

Die TPB baut auf den Grundlagen der „Theorie des vernünftigen Handelns“ (Theory of Reasoned Action), die von Fishbein und Ajzen als sozialpsychologische Theorie entwickelt wurde, auf (Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1975). Fishbein und Ajzen (1975) haben sich besonders ausführlich mit der Beziehung zwischen Einstellung und Verhalten auseinandergesetzt. Gegenstand der „Theorie des vernünftigen Handelns“ sind die Voraussage und die Erklärung von Verhalten. Absichten (Intentionen) sind der beste Prädiktor für Verhalten. Laut Fishbein und Ajzen (1975) sind Absichten (Intentionen) abhängig von zwei Bestandteilen, der Einstellung zum Verhalten und der subjektiven Norm. Die Einstellung zum Verhalten wiederum besteht aus den zwei Komponenten Erwartungen von Verhaltenskonsequenzen und den Bewertungen dieser Konsequenzen. Die subjektive Norm (wahrgenommener sozialer Druck) aus den zwei Komponenten Verhaltensvorschriften wichtiger Personen und dem Ausmass der Motivation, diese Vorschriften zu befolgen.

**Die Einstellung zu einem Verhalten** beinhaltet die subjektive Bewertung – positiv oder negativ konnotiert – der Durchführung eines bestimmten Verhaltens. Dabei handelt es sich ausschließlich um die Einstellung gegenüber einem Verhalten. Das Konstrukt muss somit gegen andere Formen von Einstellungen, wie beispielsweise die wertende Reaktion gegenüber einem Objekt, einer Person oder einer Situation, abgegrenzt werden. Die Theorie besagt weiter, dass die Einstellung zu einem Verhalten durch Überzeugungen

(Verhaltensüberzeugungen) gebildet werden. Dies kann wie folgt beschrieben werden: Wenn eine Person der Überzeugung ist, dass ein bestimmtes Verhalten hauptsächlich positive Folgen hat, wird auch eine positive Einstellung zur Ausführung dieses Verhaltens gebildet. Wobei eine Person mit der Überzeugung, dass ein bestimmtes Verhalten negative Folgen haben wird, eine negative Einstellung zu diesem Verhalten bilden wird.

**Die subjektive Norm** bezieht sich auf die individuelle Wahrnehmung über die Erwartungen des sozialen Umfelds, ein bestimmtes Verhalten zu zeigen respektive nicht zu zeigen. Subjektive Normen werden somit ebenfalls durch Überzeugungen gebildet, den sogenannten normativen Überzeugungen. Im Gegensatz zur Einstellung gegenüber einem Verhalten geht es bei den subjektiven Normen um die Überzeugungen einer Person, was bestimmte Individuen oder Gruppen denken, welches Verhalten er oder sie zeigen respektive nicht zeigen sollte. Das heisst, wenn eine Person der Überzeugung ist, dass der grösste Teil der Personen, mit welchen er/sie übereinstimmen möchte, denkt, er/sie sollte ein bestimmtes Verhalten zeigen, wird ein sozialer Druck wahrgenommen, ein ähnliches spezifisches Verhalten zu zeigen. Unter diesen Umständen kann es vorkommen, dass der wahrgenommene soziale Druck eine Person dazu bringt, ein spezifisches Verhalten zu zeigen, obwohl es nicht mit deren Einstellung übereinstimmt. Die subjektive Norm wird also durch die Wahrnehmung gebildet, welches Verhalten andere Personen erwarten. Wichtig ist zu unterscheiden, dass es sich dabei lediglich um die Wahrnehmung handelt und nicht zwingend mit den tatsächlichen Erwartungen anderer Personen übereinstimmen muss.

Ajzen (1985) ergänzte die „Theorie des vernünftigen Handelns“ mit der neuen Variable wahrgenommene Kontrollierbarkeit des Verhaltens zur „Theorie des geplanten Verhaltens“ (Theory of Planned Behavior, TPB). Mit diesem Schritt konnte die Vorhersage-Genauigkeit von Verhalten weiter verbessert werden. Die wahrgenommene Kontrollierbarkeit des Verhaltens wird als Wahrnehmung der Einfachheit oder Schwierigkeit der Ausführung eines bestimmten Verhaltens definiert. Personen, die sich also aufgrund mangelnder Ressourcen nicht in der Lage sehen, ein Verhalten auszuführen, werden in der Regel selbst dann keine Verhaltensabsicht bilden, wenn sie dem Verhalten gegenüber positiv eingestellt sind und wichtige Bezugspersonen die Verhaltensaussführung begrüssen würden. Dies erklärt auch den direkten Zusammenhang von wahrgenommener Verhaltenskontrolle auf das Verhalten. Die Bedeutung der Variable wahrgenommene Kontrollierbarkeit des Verhaltens wird umso grösser, je weniger gut das Verhalten willentlich kontrolliert werden kann. Trotzdem hält Ajzen (1991) fest, dass die Absicht (Intention) der wichtigere Verhaltensprädiktor ist als die direkt wirkende wahrgenommene Verhaltenskontrolle.

Die TPB erklärt demnach das Verhalten als mögliche Folge einer Absicht (Intention). Diese wiederum wird beeinflusst durch die drei Komponenten: Einstellung gegenüber dem Verhalten

(Attitude toward the behavior), dem empfundenen sozialen Druck (Perceived subjective norm) und der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle (Perceived behavioral control) (siehe Abbildung 3). Insofern beabsichtigen Individuen dann ein spezifisches Verhalten, wenn ihre persönlichen Bewertungen dieses Verhaltens positiv sind, sie davon ausgehen, dass ihnen wichtige Bezugspersonen zustimmen und sie annehmen, dass die erforderlichen Ressourcen und Möglichkeiten verfügbar beziehungsweise gegeben sind.

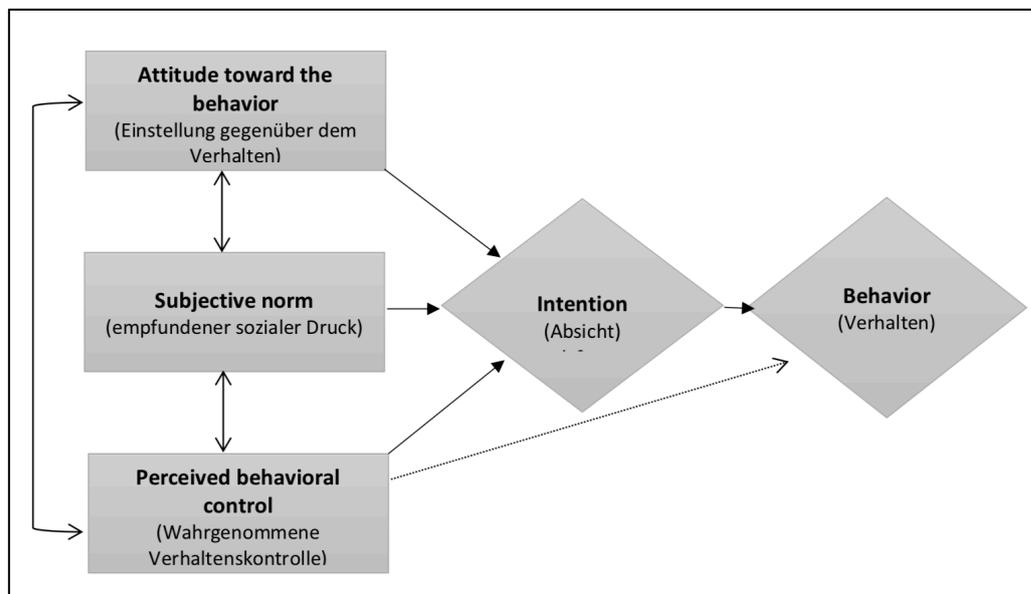


Abbildung 3: „Theory of Planned Behavior“ in Anlehnung an Ajzen (1991).

Als grundsätzliche Regel bei der Theory of Planned Behavior gilt, je günstiger die drei Faktoren «Einstellung gegenüber dem Verhalten», «empfundener sozialer Druck» und «wahrgenommene Verhaltenskontrolle» ausfallen, desto eher wird die Person eine Absicht (Intention) bilden, das gewünschte Verhalten auszuüben.

Für die vorliegende Arbeit ist insbesondere der Aspekt empfundener sozialer Druck (subjective norm) ausschlaggebend. Darunter können auch moralische Aspekte die besonders für Verhaltensvorhersagen in ethisch relevanten Situationen und Dilemmas, zu denen auch verschiedene Umweltprobleme gehören, subsumiert werden.

### **Kritische Betrachtung der Theory of Planned Behavior**

Der Hauptkritikpunkt bei der Theory of Planned Behavior liegt in der Frage der Suffizienz und es wird häufig angemerkt, dass bei der TPB weitere Fakten, die möglicherweise Einfluss auf das Ausführen einer Verhaltensweise haben können, vernachlässigt werden (Conner & Armitage, 1998; Doll & Jonas, 1996). Es besteht somit die Gefahr, dass in der TPB nicht alle nötigen Variablen zur Verhaltensvorhersage hinreichend abgedeckt sind. Die Theorie sei aber offen für die Ergänzung zusätzlicher Prädiktoren (Ajzen, 1991). Weiter liegen ausserhalb des Geltungsbereichs der TPB spontane oder emotionale Verhaltensweisen, das heisst das nicht

über eine Intention vermittelte Verhalten (Doll & Jonas, 1996). Auch dem Faktor Verhaltensgewohnheit wird zu wenig Beachtung beigemessen. Laut Bamberg & Schmidt (1993) entsteht eine Verhaltensgewohnheit durch die häufige Wiederholung einer Handlung und hat zur Folge, dass diese Handlung automatisch also ohne eine bewusste Entscheidung ausgeführt wird. Zudem wird auch nicht thematisiert, welche Auswirkungen eine gleichzeitig vorhandene sich konkurrenzierende Intention auf das tatsächliche Verhalten hat.

## **2.2 Sozialer Einfluss**

Der soziale Einfluss definiert sich als die Wirkung einer Person oder einer Personengruppe auf die Gefühle, Gedanken und das Verhalten einer anderen Person oder Personengruppe (Fischer, Asal & Krueger, 2013). Die sozialen Normen stellen das grundlegendste Konzept bei der Untersuchung des sozialen Einflusses (social influence) dar (Hewstone & Martin, 2014).

### **2.2.1 Soziale Normen**

Da die sozialen Normen das in einer Gesellschaft angemessene Verhalten definieren, zeichnen sie sich als subjektive Erwartungshaltungen einer bestimmten Verhaltensweise in einer bestimmten Situation aus. Somit besitzen soziale Normen einen Einfluss auf das Verhalten einer Person unabhängig von dem Einsatz von Gesetzen (Hewstone & Martin, 2014). Die Erklärung sozialer Normen ist zu einem multidisziplinären Forschungszweig geworden. Empirische Arbeiten stammen aus der Soziologie, der Politologie, der Ökonomen und aus dem Bereich der Sozialpsychologie. Ein gemeinsamer Grundgedanke der meisten Disziplinen ist, dass soziale Normen bestimmte effizienz- oder wohlfahrtssteigernde Wirkungen für die betroffenen Gruppen besitzen (Diekmann & Voss, 2008). Die Empirie zeigt weiter, dass gesundheitsrelevante Lebensstile (Verhaltensweisen) von bestehenden Normen beeinflusst werden können (Sieverding, Decker & Zimmermann, 2010; Sieverding, Mattered & Ciccarello, 2010). Dabei unterscheiden sich zwei grundlegende Prozesse, der normative und informative soziale Einfluss.

### **2.2.2 Normativer sozialer Einfluss**

Die „Norm“ beschreibt eine Art Vorgabe, wie sich Personen situationsgerecht im gesellschaftlichen Kontext zu verhalten haben. Normen informieren darüber, wie im sozialen Umfeld in gleichen oder vergleichbaren Situationen reagiert wird, wie gehandelt werden sollte und definieren damit die Regeln für richtiges und falsches Verhalten (Cialdini & Trost, 1998). Normen zählen zu den subjektiven Strukturierungselementen des Zusammenlebens, wobei in den Sozialwissenschaften Normen als unausgesprochene Gesetze beziehungsweise als

Form sozialen Einflusses definiert werden, die nicht abgelöst von der jeweiligen Gruppe verstanden werden können (Stangl, 2018). Cialdini, Kallgren & Reno (1991) unterscheiden bei der Untersuchung von Normen zwischen injunktiven Normen und deskriptiven Normen.

**Die injunktiven Normen** umfassen die Einschätzungen darüber, was gesellschaftlich akzeptiert wird und beschreiben die moralischen Normen einer Gruppe. Sie umfassen ein ausdrückliches Werturteil, also die Unterscheidung, was in der jeweiligen Situation als angemessenes, richtiges oder unangemessenes, falsches Verhalten zu gelten hat (Stangl, 2018). **Die deskriptive Norm** bezieht sich auf die Wahrnehmung darüber, was innerhalb einer Gruppe das gewöhnliche Verhalten darstellt. Dem liegt die Annahme zugrunde, wenn alle es auf diese Weise tun, wird es schon seine Richtigkeit haben.

Individuen orientieren sich an vorherrschenden Normen und passen das persönliche Verhalten an. Denn der Mensch ist von Natur aus ein soziales Wesen und ist im Grundsatz motiviert, positive soziale Beziehungen einzugehen und aufrechtzuerhalten (Aronson, Wilson & Akert, 2004; Cialdini & Goldstein, 2004). Durch die Interaktion mit anderen erhalten wir emotionale Unterstützung, Zuneigung und machen erfreuliche Erfahrungen (Aronson u. a., 2004). Der normative soziale Einfluss beschreibt also jenen Einfluss, der sich aus dem Wunsch ergibt, von anderen Menschen Zustimmung zu erhalten und Ablehnung dieser zu vermeiden. Die Bildung eines Zugehörigkeitsgefühls ist eine geeignete Methode, um die intrinsische Motivation gegenüber den Aktivitäten im Gruppenzusammenhang zu erhöhen.

### 2.2.3 Informativer sozialer Einfluss

Der informative soziale Einfluss bezeichnet den Einfluss anderer Menschen, der zur Konformität führt, weil sie als Informationsquelle betrachtet werden, um das eigene Verhalten zu leiten. Ein Mensch verhält sich konform, weil die Interpretation einer zweideutigen Situation, die andere treffen, als korrekter angesehen wird, als die eigene und diese dabei hilft, einen angemessenen Verlauf der Handlung zu wählen (Aronson u. a., 2004). Die Gruppe respektive die Interaktions-partner können also mittels Wissensvermittlung eine Verhaltensänderung bewirken.

Menschen gehen am ehesten konform aufgrund eines informativen sozialen Einflusses, wenn die Situation mehrdeutig ist, wenn es sich um eine Krisensituation handelt, wenn wenig Motivation zur aktiven Auseinandersetzung mit dem Thema vorhanden ist oder wenn die anderen als Experten betrachtet werden. Die Mehrdeutigkeit ist die kritischste Variable für die Entscheidung, ob man sich wechselseitig als Quelle der Information benutzt. Eine weitere Variable stellt die Krise dar. In einer Krisensituation haben wir in der Regel keine Zeit, innezuhalten und genau zu überlegen, wie vorgegangen werden soll. Dann benutzen wir gerne

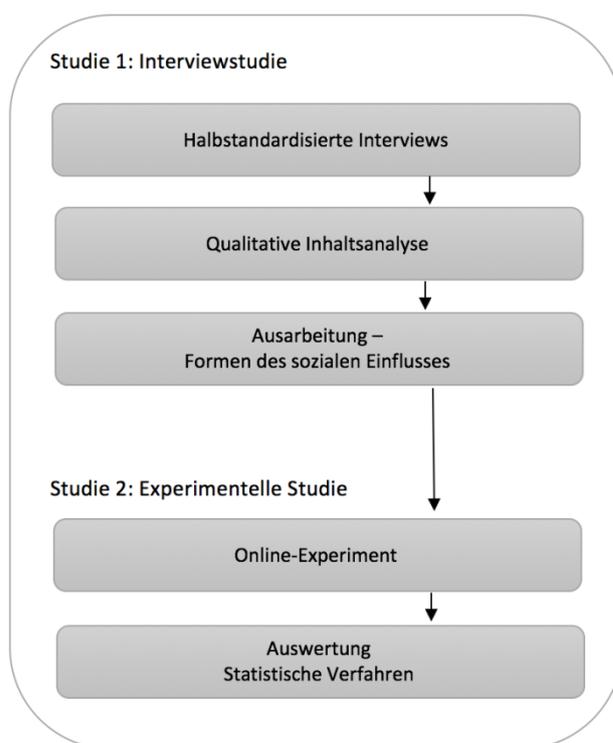
andere als Quelle der Information. Je mehr Sachverstand und Wissen jemand in einem Bereich hat, desto eher wirkt sein informativer sozialer Einfluss auf andere (Aronson u. a., 2004; Cialdini & Trost, 1998).

Die Informationsvermittlung im digitalen Zeitalter findet vorwiegend elektronisch statt. Individuen sind als Teil der Gesellschaft integriert und eingebettet in eine Infrastruktur von verschiedenen Technik- und Informationssystemen. Somit ist es nicht verwunderlich, dass beispielsweise auch der Einsatz mobiler Applikationen zur Förderung individueller Einstellungs- und Verhaltensänderung zu einem wichtigen Anwendungsfeld geworden ist. Wenn Apps in einen sozialen Kontext eingebettet sind, werden damit soziale Normen mobilisiert.

### 3 Einführung in das Design

Im theoretischen Teil wurden die Grundlagen für den empirischen Teil gelegt. In diesem Kapitel wird das methodische Vorgehen des vorliegenden Masterprojekts beschrieben. Es wurde eine Interviewstudie (Studie 1) mit einem semi-strukturierten Design und eine qualitative Erhebung (Studie 2) mit einem experimentellen Design gewählt.

Die Konzeptualisierung des für das Masterprojekt verwendete sequenzielle qualitativ-quantitative Designs wird in der Abbildung 4 grafisch dargestellt. In einem ersten Schritt erfolgte die Interviewstudie mit halbstandardisierten Interviews. Damit wurden differenzierte Informationen über die individuellen Verhaltensmuster im Umgang mit Apps, Angaben zum allgemeinen Ernährungsverhalten, dem wahrgenommenen Einfluss des nahen und erweiterten sozialen Umfelds auf persönliche Ernährungsentscheidungen sowie das konkrete Bedürfnis nach sozialen Interaktionen, innerhalb der Ernährungs-App erhoben.



Im zweiten Schritt folgte die experimentelle Studie, welche es ermöglichte, die in der Interviewstudie gesammelten Informationen an einer umfangreicheren Stichprobe zu prüfen. Die Entscheidung für dieses Vorgehen begründete sich darin, dass die als zentral eruierten sozialen Einflussssituationen aus der vorangegangenen Interviewstudie an einer umfangreicheren Stichprobe simuliert und somit auf ihre Geltungsbereichweite hin überprüft werden konnten. Durch den sequenziellen Ablauf war es möglich, die aus der Interviewstudie erhobenen Daten in die experimentelle Studie einfließen zu lassen.

Abbildung 4: Grafische Darstellung sequentielles qualitativ-quantitatives Design.

## 4 Interviewstudie

### 4.1 Ziele

Um mehr über die Verhaltensmuster im Umgang mit mobilen Applikationen, Angaben zum Ernährungsverhalten, dem wahrgenommenen Einfluss des sozialen Umfelds und den Wünschen nach sozialen Interaktionsprozessen innerhalb einer Ernährungs-App, zu erfahren, wurden halbstandardisierte Interviews mit KonsumentInnen durchgeführt. Das Vorgehen besass explorativen Charakter. Anhand ausgewählter Erhebungspunkten wollte ein guter Überblick über die wichtigsten Themenbereiche erzielt werden.

### 4.2 Methode – Materialien, Stichprobe, Verfahren und Analysetechnik

#### 4.2.1 Interviewleitfaden

Die Interviews wurden als Einzelinterviews durchgeführt und behandelten analog der Fragestellungen und theoretischen Grundlagen die nachfolgend beschriebenen Themenbereiche. Mit den **Einstiegsfragen zur aktuellen Ernährungsweise** war in einem ersten Schritt der Fokus der Befragung auf das «Ernährungsverhalten» gerichtet. Im anschließenden Teil wurde **der soziale Einfluss auf Ernährungsentscheidungen erfragt**. Dabei wurde zwischen dem nahen sozialen Umfeld (Familie, enge Freunde), dem erweiterten sozialen Umfeld (Verwandte, Freunde, Bekannte) und unbekanntem Drittpersonen wie zum Beispiel Autoren unterschieden. In diesem Themenbereich war auch ein kurzer informativer sozialer Einfluss simuliert. Im Weiteren sind allgemeine Fragen zu **sozialen Interaktionsprozessen innerhalb der App-Nutzung** thematisiert und diskutiert worden. Dabei wurde unter anderem noch näher auf das virtuelle soziale Empfehlungssystem eingegangen. Ein Hauptaugenmerk der Interviews lag bei den **möglichen sozialen Einflussituationen** innerhalb einer Ernährungs-App. Dafür wurde den InterviewpartnerInnen Kärtchen vorgelegt, auf denen soziale Einflussituationen einer Ernährungs-App festgehalten waren. Die Befragten sind anschließend dazu angehalten worden, zu entscheiden, ob und welchen Einfluss die vorgelegte Situation auf ihre Ernährungsentscheidungen hätte und ob sie die jeweilige App-Funktion nutzen würden. Als weitere Aufgabe konnten die einzelnen Kärtchen mit den App-Funktionen durch die InterviewpartnerInnen, nach der für sie empfundenen Wichtigkeit, in eine Reihenfolge gebracht werden. Zudem wurden die Interviewten gefragt, ob sie noch **andere Formen von virtuellen sozialen Austausch- oder Einflussituationen**, welche in einer Ernährungs-App angewandt werden könnten, kennen.

Am Ende des Interviews wurde der **mögliche Konformitätsdruck** innerhalb einer App thematisiert sowie **Fragen zum Datenschutz** gestellt worden.

Mit den vorformulierten Fragen im Leitfaden (siehe Anhang A.2) wurde sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte im Verlaufe des Interviews angesprochen werden. Ebenfalls ist durch dieses Vorgehen eine Vergleichbarkeit der Interviews geschaffen worden.

Im Vorfeld wurden Probeinterviews durchgeführt, um das Erhebungsinstrument, hier der Interviewleitfaden, zu testen. Hiermit wurde geprüft, ob der Leitfaden komplexe oder unverständliche Formulierungen enthielt und die Themenbereiche ausreichend beleuchtet werden. Auf diese Weise konnten noch Verbesserungen vor der Feldphase vorgenommen werden.

#### **4.2.2 Vorabfestlegung der Stichprobe**

Die Stichprobe wurde anhand bestimmter Merkmale festgelegt, eine sogenannte Vorabfestlegung der Stichprobe. Mit einem kurzen telefonischen Screening wurden Personen übereinstimmend der Kriterien der MyFoodways-App Zielpersonen rekrutiert. Dies betraf Personen zwischen 25 und 39 Jahren, die täglich kochen und eine hohe Smartphone-Nutzung aufweisen. Mit dem Ziel, möglichst unterschiedliche Denkweisen in den Interviews abzubilden, wurde zusätzlich auch das Umwelt- und Gesundheitsverhalten (ökozentrisch vs. anthropozentrisch) mit drei kurzen Fragen (Scholl, Gossen, Holzhauer & Schipperges, 2015) erfasst. Aufgrund dieser Rekrutierungsvariablen wurden die InterviewpartnerInnen für die Befragung festgelegt.

#### **4.2.3 Durchführung der halbstandardisierten Interviews**

Die Interviews fanden von Mitte Januar bis Anfang März 2018 statt. Für jedes Interview wurde eine Zeitdauer von 45 bis 60 Minuten vorgesehen. Die Interviews sind nach Zustimmung der InterviewpartnerInnen akustisch aufgezeichnet worden. Wichtige Aussagen und weitere Beobachtungen zum Gesprächsverlauf wurden während der jeweiligen Interviews schriftlich protokolliert. Die Aufgabe, bei welcher die InterviewpartnerInnen Kärtchen mit möglichen sozialen Einflussituationen nach der für sie empfundenen Wichtigkeit in eine Reihenfolge brachten, wurde fotografisch festgehalten.

#### **4.2.4 Auswertung der Interviews**

Die sieben auf Tonband aufgezeichneten Interviews wurden in einem ersten Schritt transkribiert (siehe Anhang A.3). Dabei wurde die wörtliche Transkription gewählt. Da das

Hauptinteresse auf den thematisch-inhaltlichen Informationen liegt, wurden in einem zweiten Schritt Floskeln, Sprachschablonen und überflüssige Äusserungen, die den Inhalt nicht verändern, weggestrichen. Anschliessend wurden die einzelnen Textzeilen nummeriert, damit in der nachfolgenden Ergebnisdarstellung genaue Verweise auf die jeweiligen Aussagen möglich waren. Die Auswertung erfolgte nach dem Grundprinzip der zusammenfassenden Inhaltsanalyse (Mayring, 2008). Ziel dabei ist es, das Material so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben und durch Abstraktion einen überschaubaren Textkorpus geschaffen wird, der immer noch Abbild des Grundmaterials ist (Mayring, 2008).

Im Vorfeld wurden mit Definitionen und Ankerbeispielen versehene Kategorien gebildet, denen dann die passenden Textpassagen aus den Interviews zugeordnet worden. Für relevante Antworten, die keiner Kategorie zugeordnet werden konnten, wurden entsprechend neue Kategorien gebildet. Die detaillierte Auswertung und die Zuteilung zu der jeweiligen Kategorie kann dem Anhang A.4 entnommen werden.

## **4.3 Ergebnisse**

### **4.3.1 Beschreibung der Stichprobe**

Die Gesamtstichprobe bestand aus sieben Personen. Sämtliche der befragten Personen waren zwischen 32 und 39 Jahre alt, kochen «mehrmals die Woche» bis «mehrmals täglich» für sich selbst und für andere Personen und benutzen regelmässig Apps auf ihrem Smartphone.

Es handelte sich bei den Interviewten ausschliesslich um weibliche Personen, welche jeweils Mahlzeiten für mehrere Personen zubereiten. In jedem der Haushalte leben Kinder. Fünf der befragten Mütter waren zum Zeitpunkt der Befragung neben den Haushalts- und Erziehungsaufgaben in einem Teilzeitpensum von 40 bis 60 % beruflich aktiv. Zwei der Interviewpartnerinnen sind ausschliesslich mit den Haushalts- und Erziehungsaufgaben beschäftigt. Eine der interviewten Personen ernährt sich ausschliesslich vegetarisch. Eine Person hat die Berufsausbildung als Koch absolviert und arbeitet aktuell bei einem Anbieter über Print- und Onlineprodukte, Fresh-Convenience-Produkte sowie praktische Küchen- und Haushalts-helfer. Ein weiteres Interview konnte mit einer Person geführt werden, in deren Haushalt auch Nahrungsmittel aus Containern von Supermärkten konsumiert werden. Viele ihrer Menüs werden mit Lebensmittel, die wegen abgelaufenen Mindesthaltbarkeitsdatum oder wegen Überschuss weggeworfen werden, zubereitet. Eine weitere befragte Person wurde beigezogen, weil sie zusätzlich zu den eingangs genannten Bedingungen eine sehr technisch versierte Person ist und eine äusserst hohe Smartphone Nutzung aufweist.

Vier der interviewten Personen weisen eine eher ökozentrierte Denkweise auf. Eine Person bevorzugt beim Einkauf von Nahrungsmitteln biologische Produkte, konsumiert jedoch bei ihren Hauptmahlzeiten mit vier- bis fünfmal Fleisch pro Woche relativ viel tierische Produkte. Zwei Personen achten beim Einkaufen überhaupt nicht auf biologisch produzierte Nahrungsmittel und gestalten ihre Hauptmahlzeiten ebenfalls häufig mit Fleisch.

Mit der Diversität unter den Interviewpartnerinnen wurde versucht, das Forschungsthema möglichst breit zu erfassen.

### 4.3.2 Ergebnisse aus den Interviews

Tabelle 1 gibt eine Übersicht zum verwendeten Kategoriensystem bei der Auswertung der Interviews. Anschliessend werden die einzelnen Kategorien beschrieben, mit dem/den jeweiligen Ankerbeispiel(en) versehen und die Ergebnisse interpretiert. Abschliessend erfolgt eine Zusammenfassung der resultierten Auffälligkeiten aus der Interviewphase.

Tabelle 1: Übersicht Kategoriensystem Inhaltsanalyse.

#### KATEGORIEN:

1	Häufigkeit der Mahlzeitenzubereitung und Einflussnahme auf die Menüwahl durch das nahe soziale Umfeld
2	Menüwahl: Einfluss durch das erweiterte soziale Umfeld
3	Menüwahl: Einfluss durch unbekannte Drittpersonen
4	Persönliche Aktivitäten innerhalb sozialer Medien
5	Bedürfnis nach sozialen Interaktionsprozessen innerhalb einer Ernährungs-App
6	Generelle Wünsche an die Ernährungs-App ( <i>neu entstandene Kategorie</i> )
7	Einfluss virtueller sozialer Interaktionsprozesse auf die Menüwahl
8	(Virtuelle) soziale Empfehlungssysteme
9	Beurteilung verschiedener virtueller sozialer Einflussituationen innerhalb der Ernährungs-App
10	Umgang mit der Privatsphäre bei Online-Aktivitäten

#### ***Häufigkeit der Mahlzeitenzubereitung und Einflussnahme auf die Menüwahl durch das nahe soziale Umfeld***

##### **Beschreibung**

Die erste Kategorie erfasste Angaben zur Mahlzeitenzubereitung der einzelnen Interviewpartnerinnen. Aus dem vorab geführten Telefoninterview war bekannt, dass sämtliche Befragten mehrmals die Woche bis mehrmals täglich Mahlzeiten für mehrere Personen zubereiten. Weiter wurde in dieser Kategorie in Erfahrung gebracht, inwiefern die bekochten Personen Einfluss auf die Menüwahl nehmen können.

*Ankerbeispiele:* «Ich koche für mehrere Personen» / «... mein Sohn bestimmt ebenfalls einiges mit. Indem er zu verstehen gibt, was er mag und nicht mag.»

### **Ergebnis – Interpretation**

Die Interviewpartnerinnen haben angegeben, mehrmals täglich bis mehrmals die Woche für sich und andere Personen Mahlzeiten zuzubereiten. Bei der Frage, inwiefern die Personen, für die sie Mahlzeiten zubereiten, Einfluss auf die Menüwahl nehmen, wurde mehrheitlich genannt, dass bereits die Erfahrung, was die Personen gerne oder nicht gerne essen, die Menüwahl beeinflusst.

«Innerhalb der Familie weiss ich, wer was nicht mag, dann gibt es das etwas seltener.» (Anhang A. 3, Interview B, Z: 63/64).

Auch direktes Ansprechen und gemeinsame Absprachen verfügen über einen Einfluss auf die Auswahl der Menüs. Einen starken Einfluss übt das nahe soziale Umfeld aus, wenn sich die Lebenssituation verändert. Insbesondere bei der Familiengründung. Mehrere der Interviewpartnerinnen gaben an, seit sie Kinder haben, vermehrt auf eine gesunde, abwechslungsreiche und ausgewogene Ernährung zu achten. Was dafürsprechen könnte, dass die Interviewpartnerinnen auch angegeben haben, mehrheitlich selbst zu bestimmen, was es zum Essen gibt (Anhang A. 3, Interview B, Z: 63; Interview G, Z: 65; Interview D, Z: 69). Denn die Kinder zum Probieren unterschiedlicher Menüs einzuladen und ihnen ein Vorbild zu sein eröffnet eine Vielfalt an Geschmackserfahrungen und fördert eine abwechslungsreiche Ernährungsweise. Weiter wurde aus einem Haushalt berichtet, dass eine Person eine spezifische Diät verfolgen möchte, was in der Umsetzung auch einen grossen Einfluss auf das Ernährungsverhalten der restlichen Familienmitglieder hat.

## **Menüwahl: Einfluss durch erweitertes soziales Umfeld**

### **Beschreibung**

Diese Kategorie erfasste den Einfluss des erweiterten sozialen Umfelds (Verwandte, Freunde, Bekannte) der Befragten auf die Menüwahl. Hier wurde danach gefragt, welcher Einfluss wahrgenommen und als wie hoch dieser eingestuft wird. Weiter wurde detaillierter eruiert, welche Auswirkungen der wahrgenommene Einfluss des erweiterten sozialen Umfelds auf die persönlichen Ernährungsentscheidungen der Interviewpartnerinnen hat.

*Ankerbeispiel:* «Häufig ist es ein Erfahrungsaustausch oder teilweise Ideen von einer Arbeitskollegin.»

### **Ergebnis – Interpretation**

In den Interviews wurde mehrfach erwähnt, dass ein (Erfahrungs-)Austausch mit Personen aus dem erweiterten sozialen Umfeld einen Einfluss auf das eigene Ernährungsverhalten hat. Einen grossen Einfluss haben dabei andere Mütter. Anregungen zur Ernährung von Familien mit Kindern werden gerne adaptiert. Auch Arbeitskolleginnen und Arbeitskollegen können einen Einfluss auf die Menüwahl haben. Eine Interviewpartnerin betonte explizit, dass der Einfluss durch ArbeitskollegInnen bei ihr ziemlich stark sei. Sie arbeite auch in einem Umfeld, wo Ernährung, Rezeptentwicklung und Food-Trends im Zentrum der täglichen Arbeit stehen. Der Austausch sei inspirierend und sie koche dann auch gerne immer wieder neue Menüs Zuhause nach. Auch eine nähere Beziehung zu Bauern kann einen Einfluss auf die Menüwahl nehmen. Die Eltern und der Bruder einer Interviewpartnerin haben einen eigenen Landwirtschaftsbetrieb. Je nach Saison, Produkt und Angebot beeinflusst dies die Menüwahl der Interviewpartnerin. Es gab aber auch Antworten wie:

«Ich lasse mich eigentlich nicht durch Andere beeinflussen, wenn sie ein anderes Einkaufs- und Kochverhalten haben» (Anhang A. 3, Interview C, Z: 81 / 82).

Und somit der wahrgenommene Einfluss durch das erweiterte soziale Umfeld auf die Ernährungsentscheidungen eher gering ist.

## ***Menüwahl: Einfluss durch unbekannte Drittpersonen***

### **Beschreibung**

Innerhalb dieser Kategorie wurde der soziale Einfluss auf die Menüwahl durch unbekannte Drittpersonen erhoben. Unter unbekanntem Drittpersonen wurden Autorinnen und Autoren und RezeptentwicklerInnen aus Koch-Magazinen, Kochbüchern und aus dem Internet subsumiert.

*Ankerbeispiel:* «Viele Ideen aus dem Internet oder von Kochbüchern und Zeitschriften.»

### **Ergebnis – Interpretation**

Ideen und Inspirationen werden aus unterschiedlichen Quellen herangezogen. Die Interviewpartnerinnen nannten an dieser Stelle das Internet, Kochbücher, Magazine und Smartphone-Apps. Bei den Magazinen wurden konkret «Betty Bossi» und die Coop Gratiszeitung erwähnt. Bei der Benutzung einer App, welche unter anderem Rezepte beinhaltet, die WWF-App. Diese App unterstützt KonsumentInnen beim nachhaltig handeln, unter anderem mit einem Einkaufsratgeber, saisonalen Rezepten, praktischen Umwelttipps und einem Footprint-Rechner. Diejenigen Personen, welche die WWF-App regelmässig benutzen, gaben an, dass sie es weniger als Einfluss auf ihr generelles Ernährungsverhalten wahrnehmen, sondern eher als Einfluss auf die Zusammenstellung und Zubereitungsart der Menüs. Auch der Einfluss auf das Ernährungsverhalten über die Ausübung eines spezifischen Berufs wurde angesprochen. Wenn die Ernährung das berufliche Kernthema darstellt, haben die Auseinandersetzungen mit ArbeitskollegInnen, Trends im «Foodbereich» und der professionelle Hintergrund einen Einfluss auf die persönlichen Ernährungsentscheidungen.

## ***Persönliche Aktivität innerhalb sozialer Medien***

### **Beschreibung**

In dieser Kategorie lag der Fokus auf der Benutzung von mobilen Applikationen (Apps), bei denen ein virtueller sozialer Austausch stattfindet. Die Interviewpartnerinnen wurden gefragt, ob sie solche Apps benutzen und um welche Apps es sich dabei handelt. Darüber hinaus wurden sie gebeten, möglichst genau zu beschreiben, wie die einzelnen sozialen Interaktionsprozesse innerhalb der verwendeten Apps aussehen. Des Weiteren wurde auf die vorherrschende Motivation eingegangen, Apps zur sozialen Interaktion zu verwenden.

*Ankerbeispiele:* «Über Facebook tausche ich mich vor allem mit meiner englischsprachigen Verwandtschaft aus. Dann chatten wir über den Messenger von Facebook oder auch über WhatsApp.» «Schnelle Kommunikation. Ich kann zu jeder Tages- und Nachtzeit schreiben und kann Treffen vereinbaren, meine Inputs an mehrere Personen gleichzeitig weiterleiten und unkompliziert und schnell Bilder versenden.»

## **Ergebnis – Interpretation**

Jede der Interviewpartnerinnen gab an, regelmässigen sozialen Austausch über Apps auf dem Smartphone zu haben. Insbesondere der WhatsApp Messenger wurde von jeder Befragten erwähnt. Mit dieser App können Benutzerinnen und Benutzer Text-, Bild-, Video- und Sprachnachrichten sowie Standortinformationen, Dokumente und Kontaktdaten mit einzelnen Personen oder in Gruppen austauschen. Neben WhatsApp wurde auch Facebook, der Messenger von Facebook sowie der Informationsaustausch per E-Mail genannt. Diejenige Person, die sich regelmässig über den Facebook Messenger austauscht, benutzt diesen hauptsächlich für den Kommunikationsaustausch mit der ausländischen Verwandtschaft. Weiter wurde mehrfach Pinterest und von einer Person Instagram genannt. Pinterest als soziales Netzwerk, in dem NutzerInnen Bilder und Bildkollektionen mit Beschreibungen an virtuelle Pinnwände heften können, wird von den Interviewpartnerinnen als Inspiration gesehen. Die einzelnen Themenbereiche sind sehr vielfältig. Dabei gibt es unter anderem auch Pinnwände, wo Fotos von zubereiteten Mahlzeiten und Rezepte angesehen oder selbst hochgeladen werden können. Von den befragten Personen ist niemand selbst aktiv und lädt Bilder hoch oder verfasst Beiträge. Sie möchten sich nicht im Netz verankern. Generell gaben die Interviewpartnerinnen an, beim virtuellen sozialen Austausch über Online-Dienste zum Teilen von Nachrichten, Statusmeldungen, Fotos und Videos sehr zurückhaltend zu sein.

Zur Motivation bei der Benutzung von Apps mit sozialer Interaktion kann gesagt werden, dass insbesondere der Vorteil eines schnellen und unkomplizierten Kommunikations- und Informationsweg im Vordergrund steht. Der Vorteil einer guten Erreichbarkeit, dass Nachrichten zeit- und ortsunabhängig versendet werden können sowie die vereinfachte Terminfindung sind weitere Punkte, die von den Interviewpartnerinnen als positiv wahrgenommen werden.

## ***Bedürfnis nach sozialen Interaktionsprozessen innerhalb einer Ernährungs-App***

### **Beschreibung**

Innerhalb dieser Kategorie wurde eruiert, welche sozialen Interaktionsformen sich die Interviewpartnerinnen in einer Ernährungs-App wünschen würden. Dafür wurden sie gebeten, sich vorzustellen, sie könnten eine App, welche dabei unterstützt, sich nachhaltiger und gesünder zu ernähren, selbst programmieren. Anschliessend wurden die Interviewten gefragt, welche sozialen Interaktionsformen sie implementieren würden. Weiter wurde nach einer Begründung für die genannte Auswahl gefragt.

*Ankerbeispiel:* «Ja wahrscheinlich würde ich mir wünschen, dass ich mich mit einem ausgewählten Benutzerkreis austauschen könnte, also Menüs und Rezepte teilen.»

### **Ergebnis – Interpretation**

Die Frage nach möglichen sozialen Interaktionsprozessen innerhalb einer Ernährungs-App wurde mehrheitlich mit einem gegenseitigen Austausch von Rezeptideen beantwortet. Es wurde erwähnt, dass es spannend wäre zu sehen, was andere kochen. Auch die Möglichkeit, eigene Rezepte zu veröffentlichen, wurde genannt. Dabei konnte erfasst werden, dass ein (Rezept-) Austausch im ausgewählten Benutzerkreis bevorzugt wird. Es wird ein Austausch in Gruppen respektive innerhalb von Communities mit Personen, die etwa ähnliche Wertvorstellungen und ein vergleichbares Ernährungsverhalten haben, gewünscht.

«Vielleicht einfach Gruppen einrichten, die in etwa eine ähnliche Vorstellung und gleiche Ernährungsweise haben.» (Anhang A. 3, Interview G, Z: 136 / 137).

Weiter hat eine Interviewpartnerin erwähnt, dass online bereits sehr viel bewertet und kommentiert wird, dass eine Kommentarfunktion durch eine einfache «Rating»-Funktion ersetzt werden könnte. Dies würde der Übersichtlichkeit dienen und sich, gerade auf einem kleinen Bildschirm des Smartphones, anbieten. Von den Interviewpartnerinnen wurde auch in Bezug auf die sozialen Interaktionsprozesse innerhalb der Ernährungs-App genannt, dass eine einfache und schnelle Handhabung der Funktionen wichtig ist. Eine weitere Person erwähnte, dass es ein reger Austausch sein sollte und die aktive gegenseitige Interaktion gewährleistet sein muss.

## **Generelle Wünsche an die Ernährungs-App (neu entstandene Kategorie)**

### **Beschreibung**

Aus den Interviews ergab sich die neue Kategorie „Genereller Wunsch an die Ernährungs-App“. Sie fokussiert nicht die Beantwortung der Fragestellungen dieser Studie, gibt jedoch dem Praxispartner Foodways Consulting Inputs für die Weiterentwicklung der Ernährungs-App. Die Kategorie stellt sich zusammen aus den App-Funktionen, welchen den Interviewpartnerinnen bei der Benutzung einer Ernährungs-App wichtig sind, sich aber nicht explizit auf soziale Interaktionsprozesse beziehen.

*Ankerbeispiel:* «Die App muss einfach in der Handhabung sein.»

### **Ergebnis – Interpretation**

Es wird gewünscht, dass konkrete, auf den jeweiligen Benutzer zugeschnittene Rezeptvorschläge gemacht werden. Die Rezeptvorschläge sollen somit auf persönliche Vorlieben und Wünsche angepasst sein. Das kann unter anderem ein Menü mit spezifischen Lebensmitteln sein, unter die Rubrik «gesund» fallen und gut schmecken. Damit das Ganze nicht unübersichtlich wird, erwähnen drei Personen, dass es sehr wichtig ist, eine gute Filterfunktion in die App zu integrieren.

«Evtl. sogar nach «Menüart», also so ein bisschen themenbezogen ordnen und gliedern. Vielleicht nach Frühstück, Mittagessen, Abendessen oder nach zeitlichem Aufwand für die Menüs, oder speziell für Kinder geeignet, etc.» (Anhang A. 3, Interview E, Z: 153 / 154 / 155).

Des Weiteren wird mehrfach genannt, dass die Benutzung der Ernährungs-App unkompliziert und einfach sein soll. Auch Bilder und Textdateien sollten möglichst einfach und schnell hochgeladen werden können. Eine Person stellt die Bedingung, dass so eine App kostengünstig und das Design ansprechend sein müsste. Ausserdem sollte die Benutzung der App nur mit einem geringen Zeitaufwand verbunden sein. Eine Interviewpartnerin betonte stark, dass die App-Funktionen nicht als störend empfunden werden dürfen, und wünscht sich explizit, dass zum Beispiel keine Push-Benachrichtigungen erscheinen. Diese Person hat auch erwähnt, dass es wichtig sein würde, dass ihr Interesse geweckt wird und sich Themen und Inhalte explizit auf die jeweiligen Gruppen (Communities) beziehen. Auch in dieser Kategorie wurde nochmals von jemandem erwähnt, dass die Möglichkeit, Benutzerkreise einzuschränken eine wichtige Bedingung darstellt.

## ***Einfluss virtueller sozialer Interaktionsprozesse auf die Menüwahl***

### **Beschreibung**

Diese Kategorie wurde durch die Einschätzung des Einflusses virtueller sozialer Interaktionsprozesse auf das Ernährungsverhalten der Interviewpartnerinnen charakterisiert.

*Ankerbeispiel:* «Zwischenmenschlich unterhält man sich zwar tiefer, was zum Beispiel auf WhatsApp wegfällt, darum habe ich zuerst gedacht, es hätte mehr Einfluss. Doch denke ich, wenn mir jemand eine gute Idee schreibt, dann spielt es keine Rolle, ob ich die Person gesehen habe oder nur die Informationen kriege.»

### **Ergebnis – Interpretation**

Die Interviewpartnerinnen gaben mehrheitlich an, zu glauben, dass virtuelle soziale Interaktionsprozesse schon einen Einfluss auf ihr persönliches Ernährungsverhalten haben würden. Durch neue Ideen würden sie sich inspirieren lassen, insbesondere dann, wenn die Rezeptideen dem eigenen Ernährungsverhalten nahekommen. Auch Informationsweitergaben hätten einen Einfluss auf Ernährungsentscheidungen.

«Oder, wenn ich von jemandem etwas erfahre, wie zum Beispiel, dass die Tiere von da und da sehr schlecht gehalten werden, und ich das nicht gewusst habe, dann beeinflusst mich das schon sehr.» (Anhang A. 3, Interview D, Z: 195 / 196 / 197).

Eine Interviewpartnerin ist eher skeptisch eingestellt gegenüber dem Einfluss auf persönliche Ernährungsentscheidungen durch soziale Interaktionen zwischen NutzerInnen der App. Sie gab an, es sei schon entscheidend, wer die Inputs gibt. Sie würde nicht einfach, ohne es zu hinterfragen, etwas nachmachen. Wenn ein Austausch jedoch in vertrautem Rahmen (zum Beispiel innerhalb einer Community) möglich ist oder Inputs aus dem näheren sozialen Umfeld stammen, würde es vermutlich schon einen Einfluss auf ihre Menügestalten haben.

## ***(Virtuelle) soziale Empfehlungssysteme***

### **Beschreibung**

Soziale Empfehlungssysteme können KonsumentInnen unter anderem bei der Suche nach Produkten und bei ihren Kaufentscheidungen unterstützen. Die Interviewpartnerinnen wurden gefragt, ob sie beim Online-Erwerb einer Dienstleistung oder einem Produkt im Vorfeld Rezensionen und/oder Empfehlungen von anderen Personen lesen und wie wichtig es ihnen ist, dass die Dienstleistungen und Produkte bereits bewertet wurden.

*Ankerbeispiel:* «Doch das ist mir sehr wichtig, vor allem wenn ich gar keine Kenntnisse vom Produkt habe. Dann möchte ich gerne wissen, wie andere damit umgegangen sind. Also nur

aus der Beschreibung kann man häufig nicht herauslesen, ob das Produkt meine Anforderungen erfüllt.»

### **Ergebnis - Interpretation**

Die meisten Befragten lesen regelmässig Produktrezensionen. Das Lesen von Bewertungen und Empfehlungen anderer Personen, insbesondere wenn Produktkenntnisse fehlen, hilft den Interviewpartnerinnen, eine Entscheidung für oder gegen ein spezifisches Produkt zu fällen. Je nachdem was es ist, sei dies sehr hilfreich.

«Am Bildschirm kann die Qualität eines Produkts meist schlecht eingeschätzt werden, dann kann es sehr hilfreich sein, wenn bereits Bewertungen vorhanden sind.» (Anhang A. 3, Interview G, Z: 202 / 203 / 204).

Eine Befragte gab an, dass es sehr gut sein kann, dass sie relativ lange mit der Artikelnummer im Internet recherchiere und schaue, welche Erfahrungen andere mit dem spezifischen Produkt schon gemacht haben. In diesem konkreten Fall kann ein proaktives Vorgehen erkannt werden. Dies kommt eher zum Tragen, wenn Unsicherheiten beziehungsweise wenig Produktkenntnisse vorhanden sind. Es wurde auch angesprochen, dass die Funktion Rezensionen nachzulesen als wichtig empfunden wird. In der Regel lesen die Interviewpartnerinnen mehrere Rezensionen zu einem spezifischen Produkt und ziehen anschliessend für sich das wichtigste heraus. Keine der befragten Personen gab an, auch Eigeninitiative zu zeigen und falls eine Dienstleistung, respektive ein Produkt noch nicht bewertet wurde, nach dem Kauf eine Rezension zu schreiben. Auf der anderen Seite bestehen keine Erwartung, andere müssen Rezensionen schreiben. Zwei der Interviewpartnerinnen gaben an, dass sie Rezensionen insbesondere im Food-Bereich schwierig finden und sagten, dass es einfach «Geschmacksache» ist.

### ***Beurteilung verschiedener virtueller sozialer Einflussituationen innerhalb der Ernährungs-App***

#### **Beschreibung**

Diese Kategorie beinhaltet 11 mögliche soziale Einflussituationen, die innerhalb der Ernährungs-App implementiert werden könnten. Die Interviewpartnerinnen wurden gebeten, sich eine App zum Thema gesunde und nachhaltige Ernährung vor Augen zu führen. Anschliessend wurden sie gebeten, zu beurteilen, ob die jeweiligen App-Funktionen einen Einfluss auf ihre persönlichen Ernährungsentscheidungen hätten, ob sie die App-Funktionen nutzen würden und auf welche Weise sie durch diese App-Funktionen beeinflusst werden könnten.

*Ankerbeispiel:* «Wahrscheinlich würde es mich beeinflussen, da ich vermutlich zuerst alle Rezepte welche am meisten positive Bewertungen erhalten haben durchgehen würde.»

Die nachfolgende Tabelle 2 listet die möglichen sozialen Einflussituationen auf.

Tabelle 2: Mögliche soziale Einflussituationen innerhalb einer Ernährungs-App

<b>Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.</b>	<b>Die Gründung von Communities.</b> (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten, z. B. vegane Ernährung.)
<b>Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-Nutzende.</b>	<b>NutzerInnen teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit anderen App-Nutzenden.</b> (Teilen von Rezepten aus dem eigenen Repertoire.)
<b>NutzerInnen « liken » die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.</b>	<b>Den RezeptentwicklerInnen « folgen ».</b> (z. B. jemandem welcher bei den Rezepten den Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
<b>Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer NutzerInnen (« Likes » setzen).</b>	<b>Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten.</b>
<b>Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können NutzerInnen direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren Vergleichsgruppen ziehen.</b>	<b>Direktes Einsehen der Lieblingsmenüs von anderen NutzerInnen.</b> (z. B. Von Freunden oder/und unbekanntenen Personen mit ähnlichen Ernährungsgewohnheiten.)
<b>Standortangaben veröffentlichen.</b>  (Mit den Angaben zum Wohnort können spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangebote etc. geteilt werden. Es könnten «gleichgesinnte» App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen werden.)	

### Ergebnis – Interpretation

Die Befragten gaben mehrheitlich an, dass sie Rezensionen von anderen App-Nutzenden lesen beziehungsweise beachten würden. Auch geben sie an, dass diese dann einen Einfluss auf ihre Menüwahl hätten. An der Stelle wurde nochmals der Wunsch geäußert, dass Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von Rezensionen kurz und übersichtlich gehalten werden sollen. Zwei der Interviewpartnerinnen sind sich nicht sicher, ob die Angaben anderer App-Nutzenden zwingend einen Einfluss auf ihre eigene Menüwahl hätten, trotzdem würden sie die Rezensionen vermutlich lesen.

Auch die App-Funktion «veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos & Videos durch App-Nutzende» würden einige der Interviewpartnerinnen zur Unterstützung in der Küche beziehen.

Hier fanden sich aber auch Stimmen, die eine Skepsis gegenüber einer allgemeinen Beteiligung durch App-NutzerInnen äusserten. Ihnen ist die Expertise und Professionalität der App-Funktionen sehr wichtig.

«Meine Erfahrung ist einfach, dass wenn es nicht professionell gemacht ist, ziemlich schnell mühsam wird.» (Anhang A. 3, Interview F, Z: 229 / 230).

Der Vorschlag spezifische Communities zu gründen, fanden die Interviewpartnerinnen interessant. Themenspezifische Communities von Personen mit ähnlichen Ernährungsgewohnheiten, passend zur aktuellen Lebenssituation werden als gute Orientierung und hilfreiche Unterstützung angeschaut.

«Ich finde es einerseits interessant, dass Du Dich zum Beispiel als vegan oder vegetarisch Lebender, dann vielleicht aufgrund religiöser Hintergründe wo einige Lebensmittel nicht erlaubt sind, einer Community anschliessen kannst. Somit kann sich jeder einer passenden Gruppe anschliessen.» (Anhang A. 3, Interview C, Z: 317 / 318 / 319 / 322 / 323).

Auch wenn eine Person die Communities für sich persönlich nicht relevant findet, kann sie sich vorstellen, dass es für Personen die evtl. eine spezifische Ernährung benötigen, eine durchaus interessante und hilfreiche App-Funktion darstellen.

Die Mehrheit der Interviewpartnerinnen haben die App-Funktion «NutzerInnen teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit anderen App-Nutzenden» positiv eingestuft. Sie gaben an, es könnte durchaus einen Einfluss auf ihre Menüwahl haben und somit einen Mehrwert darstellen. Eine Person erwähnte, sie würde die dadurch entstehende breitere Rezeptauswahl begrüssen. Es muss jedoch überschaubar bleiben, auch ist eine ansprechende Darstellungsform wichtig. Es darf nicht unübersichtlich werden und kein Mangel an Qualität entstehen.

Die App-Funktion «NutzerInnen «liken» die Rezeptvorschläge des App-Anbieters» wird mehrheitlich als nützlich betrachtet.

«Wahrscheinlich würde es mich beeinflussen, da ich vermutlich zuerst alle Rezepte welche am meisten positive Bewertungen erhalten haben durchgehen würde. Beim Rezeptfinden würde ich so vorgehen, darum hätte es einen grossen Einfluss.» (Anhang A. 3, Interview E, Z: 302 / 303 / 304).

Zudem wird die App-Funktion «liken» von Rezeptvorschlägen des App-Anbieters gegenüber der Funktion «liken» von nutzergeneriertem Inhalt von einer Person bevorzugt. Wenn die App-NutzerInnen die professionell entwickelten Rezepte beurteilen, kann die Güte der Rezepte aufrechterhalten werden.

Drei Interviewpartnerinnen würden die App-Funktion «Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen / Favoriten anderer Nutzerinnen und Nutzer» ebenfalls nutzen. Ihnen spielt es keine Rolle, ob ein Rezept vom App-Anbieter oder von anderen App-Nutzenden veröffentlicht wird. Für eine mögliche Umsetzung wurde noch erwähnt, dass es hilfreich sein könnte, wenn die Bewertungen mit verschiedenen Icons (zum Beispiel für die Dauer oder die Komplexität der Zubereitung, für den Geschmack) gemacht werden könnten. Bei dieser App-Funktion kommen aber auch Stimmen auf wie:

«Es ist okay, wenn man das macht, ich bräuchte das nicht zwingend» (Anhang A. 3, Interview D, Z: 242 / 243) oder es «gibt mir zu wenig Information» (Anhang A. 3, Interview B, Z: 280).

Die App-Funktion «Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten» fand eher wenig Anklang bei den Interviewpartnerinnen. Innerhalb einer Community mit Gleichgesinnten (wenn beispielsweise spezielle Lebensmittelallergien vorliegen) könnte es allenfalls interessant sein, ansonsten wird das in einer Ernährungs-App als nicht wichtig eingestuft.

Bis auf eine Person wird die App-Funktion «Den RezeptentwicklerInnen zu *«folgen»* von allen Befragten als gut empfunden.

«Das könnte ich mir gut vorstellen, wenn ich das Gefühl habe, der hat gute Ideen, dass ich dann vermehrt von dieser Person Ideen übernehmen würde, wenn es für mich aufgeht.» (Anhang A. 3, Interview E, Z: 315 / 316 / 317).

Eine Person gab an, diese App-Funktion infrage zu stellen. Sie ist der Meinung, dass es die Breite und Vielfalt an Rezeptangeboten ist, was es für sie interessant macht. Wenn dann nur einzelnen RezeptentwicklerInnen «gefolgt» wird, macht es für sie wenig Sinn.

Das «Direkte Einsehen der Lieblingsmenüs von anderen NutzerInnen» wurde von den befragten Personen mehrheitlich als nützliche App-Funktion benannt. Es würde bei der Menüwahl beeinflussen, wird als Inspiration gesehen und insbesondere dann, wenn Personen mit einem ähnlichen Ernährungsverhalten neue Rezepte posten oder andere « liken » könnten, es interessant wäre. Eine Interviewpartnerin betont:

«Das würde mich vermutlich schon beeinflussen. Also vor allem von Leuten, die ich kenne oder wenn ich in einer spezifischen Community bin.» (Anhang A. 4, Interview E, Z: 328 / 329).

Das «Ziehen von Vergleichen zwischen App-Nutzenden» wird von den Interviewpartnerinnen als nicht nötig erachtet. Sie würden die App-Funktion nicht nutzen und hätten keinerlei Interesse daran, sich zu Vergleichen. Eine Person gibt an, es wäre allenfalls interessant für

sich persönlich zu erfahren, mit wie vielen Umweltbelastungspunkten die einzelnen Menüs belastet sind. Dies würde ihre Menüwahl dann schon beeinflussen.

Alle zuvor thematisierten App-Funktionen wurden von den Interviewpartnerinnen nach der für sie empfundenen Wichtigkeit (in Bezug auf die soziale Beeinflussung bei Ernährungsentscheidungen) in eine Reihenfolge gebracht. Die Auswertung erfolgte anhand einer Punktevergabe der einzelnen Platzierungen. In der Tabelle 3 ist die Gesamtreihenfolge ersichtlich.

Tabelle 3: Rangfolge der vorgelegten App-Funktionen

<b>App-Funktionen</b>	<b>Punkte</b>	<b>Rang</b>
Die Gründung von Communities	63	1
Den RezeptentwicklerInnen zu «folgen»	59	2
Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen	58	3
NutzerInnen teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit anderen App-Nutzenden	46	4
Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen NutzerInnen	45	5
Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos & Videos durch App-Nutzende	41	6
Standortangaben veröffentlichen	39	7
NutzerInnen «likern» die Rezeptvorschläge des App-Anbieters	34	8
Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer NutzerInnen («Likes» setzen)	29	9
Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können NutzerInnen direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren Vergleichsgruppen ziehen	26	10
Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten	22	11

Nachdem die Interviewpartnerinnen, die 11 App-Funktionen thematisiert und beurteilten, wurden sie gefragt, ob sie noch weitere Ergänzungen zu anderen Formen von virtuellen sozialen Austausch- und Einflussituationen, welche innerhalb einer Ernährungs-App integriert werden könnten, haben. Aus den Interviews resultierten keine weiteren Vorschläge.

### ***Umgang mit der Privatsphäre bei Online-Aktivitäten***

#### **Beschreibung**

Diese Kategorie enthält Angaben darüber, welche Informationen die Interviewpartnerinnen mit anderen Nutzern teilen würden, welche Angaben sie von anderen NutzerInnen gerne einsehen möchten und welche Informationen sie auf keinen Fall veröffentlichen würden.

*Ankerbeispiel:* «Einfach sachliche Dinge, wenn dann einfach ein Rezept. Aber nichts Persönliches.»

### **Ergebnis – Interpretation**

Im Allgemeinen gaben die Interviewten an, möglichst wenig Informationen von sich preisgeben zu wollen. Einige der Interviewpartnerinnen könnten sich vorstellen, allenfalls spezifische Informationen über das Essen respektive Rezepte zu veröffentlichen. Sofern es sich dabei um eine «sachliche» Informationsweitergabe handelt und keine «persönlichen» Details enthalten sind. Zwei Interviewpartnerinnen wären unter bestimmten Umständen bereit, die Postleitzahl ihres Wohnortes zu veröffentlichen. Eine der Interviewten wäre auch bereit, je nach Situation, ihr Alter und Geschlecht zu veröffentlichen.

«Aber ich würde auch mitteilen, wie alt ich bin und zum Beispiel, dass ich weiblich bin.» (Anhang A. 3, Interview B, Z: 340).

Aus Interview E geht hervor, dass unter Umständen auch der Name mitgeteilt oder ein persönliches Pseudonym dafür eingesetzt würde. Allgemein ist bei allen Interviewpartnerinnen eine starke Zurückhaltung zu spüren, wenn es darum geht, persönliche Informationen mit anderen NutzerInnen zu teilen. Es würden keine persönlichen Angaben gemacht werden, die explizit Rückschlüsse auf die eigene Person zulassen.

### **4.3.3 Auffälligkeiten aus den halbstandardisierten Interviews**

Bei der Auswertung der Interviews wurde deutlich, dass trotz des unterschiedlichen Umwelt- und Gesundheitsverhaltens (ökozentrisch vs. anthropozentrisch) der Interviewpartnerinnen bei den Interviewantworten keine grossen Unterschiede erkennbar waren, welche explizit darauf zurückzuführen wären.

Es konnte überraschend festgestellt werden, dass die befragten Personen, obwohl sie regelmässig das Internet nutzen sowie alle über ein Smartphone mit unterschiedlichen mobilen Applikationen (Apps) verfügen,angaben, nur selten interaktiv auf sozialen Netzwerken unterwegs zu sein. Dies, obwohl in der Schweiz erhobene Statistiken zeigen, dass eine Aktivitätszunahme in den sozialen Netzwerken breit abgestützt ist. Zwei Drittel der 25- bis 34-Jährigen InternetnutzerInnen sind laut Bundesamt für Statistik BFS (2014) in sozialen Netzwerken aktiv.

Weiter ist aufgefallen, dass insbesondere die Privatsphäre / der Datenschutz den Interviewpartnerinnen sehr wichtig ist. Grundsätzlich wollen die befragten Personen keine Personendaten veröffentlichen. Wenn die Nutzung bestimmter App-Funktionen die Angabe von Personendaten erfordert, beispielsweise für die Communities oder die Erstellung von

Kommentarbeiträgen, kommt es wohl stark darauf an, wie viel Vertrauen in den App-Anbieter und dessen Datenschutzbestimmungen vorhanden ist, ob persönliche Angaben geteilt werden oder nicht. Die Möglichkeit, Benutzerkreise einzuschränken respektive zu definieren, würde die befragten Personen zu erhöhter Interaktion beziehungsweise zur Bereitschaft zum Teilen von Personen-daten motivieren. Persönliche Angaben würden daher nicht grundsätzlich, sondern nur in bestimmten Situationen unter grossem Vorbehalt von den Interviewpartnerinnen geteilt werden.

Eine weitere Auffälligkeit war, dass Vorbehalte gegenüber Nutzer-generierten Inhalten (User-Generated-Content) aufgekommen sind. Die Befragten befürchten eine Informationsflut, die sich negativ auf die Qualität der App-Informationen auswirken sowie die schnelle und einfache Handhabung einzelner App-Funktionen beeinträchtigen könnten.

Keine der Interviewpartnerinnen hatte eine weitere Idee zur möglichen Implementierung einer App-Funktion mit integrierten sozialen Interaktionsprozessen für die Ernährungs-App. Es ist lediglich der Vorschlag aufgekommen, spezifisch Communities für Personen einzurichten, welche sich aufgrund von Allergien, Unverträglichkeiten oder Krankheiten mit einer Ernährungs-einschränkung verpflegen müssen.

#### **4.3.4 Zwischenfazit und Hinweise für die Experimente**

Von den in den Interviews thematisierten App-Funktionen mit sozialen Interaktionsprozessen wurden die Gründung von Communities, die App-Funktion RezeptentwicklerInnen zu «folgen» und das Teilen von Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen als besonders hilfreich betrachtet. Die Interviewpartnerinnen gaben an, dass die interaktiven Prozesse dieser App-Funktionen einen Einfluss auf ihre Menüwahl hätten. Die drei App-Funktionen stellen den Kern der empirischen Untersuchung der nachfolgenden Studie 2 dar.

## **5 Experimentelle Studie**

### **5.1 Ziele**

Basierend auf den Ergebnissen aus der Interviewstudie, der Literaturrecherche und den theoretischen Grundlagen wurde die experimentelle Studie aufgebaut. Als Hauptkontext sollten die aus der Interviewstudie als wichtig, eruierten sozialen Einflussituationen innerhalb einer Ernährungs-App untersucht werden. Mit dem experimentellen Design der Studie 2 wurde die unabhängige Variable soziale Einflussituation variiert, um damit die Auswirkungen auf potenzielle NutzerInnen einer Ernährungs-App zu prüfen. Das Ziel war es, festzustellen, ob die jeweilige soziale Einflussituation bei der Experimentalgruppe im Vergleich zur Kontrollgruppe einen Einfluss auf das (Ernährungs-)Verhalten ausübt.

#### **5.1.1 Hypothesen**

Es gilt, folgende Hypothesen zu überprüfen:

H1: Die gesunde und nachhaltige Ernährung des sozialen Umfelds hat eine positive Auswirkung auf das eigene Ernährungsverhalten.

H2: Soziale Interaktionsprozesse innerhalb der MyFoodways-App haben einen Einfluss auf die Menüwahl von NutzerInnen.

### **5.2 Methode – Materialien, Stichprobe, Verfahren und Analysetechnik**

#### **5.2.1 Aufbau Online-Experiment**

Das Online-Experiment startete mit einer kurzen Einleitung. Damit wurden die Teilnehmenden kurz darüber informiert, wer das Experiment durchführt, dass es sich dabei um eine Befragung über eine Ernährungs-App handelt, wie lange die Beantwortung der Fragen dauert und dass alle Angaben vertraulich behandelt werden und nur in anonymisierter Form weiterverwendet werden. Nach der Einleitung wurden generelle Fragen zum persönlichen Koch- und Ernährungsverhalten abgefragt. Dabei wurde auch die persönliche Einstellung gegenüber umweltfreundlicher und gesunder Ernährung erhoben. Die anschließenden Fragen zielten auf die individuelle Einstufung des Einflusses durch das nahe soziale Umfeld, das erweiterte soziale Umfeld sowie durch das Internet, Kochmagazine, Kochbücher und Ratgeber auf die Menüwahl ab. Für den Hauptteil der Befragung wurde die Szenario-Technik herbeigezogen

(Götze, 1993). Dabei handelt es sich um eine Methode, mit deren Hilfe hypothetische Situationen dargestellt werden können, um den Befragten ein anschauliches, plastisches Bild des Sachverhalts zu bieten. Die Szenario-Technik hat im Unterschied zu Designs, bei denen nur allgemeine Fragen formuliert werden den Vorteil, dass wichtige Rahmenbedingungen – in der vorliegenden Studie die verschiedenen sozialen Einfluss Situationen – simuliert und zwischen den Untersuchungsgruppen variiert werden können. Mit der Szenario-Technik können unterschiedliche Bewertungen der Befragten, also die subjektive Einschätzung, einer für jede Experimentalgruppe gleich dargestellten Situation (Szenario) eingeholt werden. Für die experimentelle Studie wurden drei Szenarien entwickelt, bei welchen jeweils zwei unterschiedliche Ausprägungen von sozialem Einfluss, immer in Bezug auf die Menüwahl und im Kontext der App-Nutzung, simuliert wurden sowie ein vergleichbares Szenario, das ohne soziale Einfluss Situation dargestellt wurde und somit der Kontrolle diente. Im Anschluss an die Szenario-Aufgabe wurden alle Teilnehmenden zusätzlich gebeten, ihre Einschätzung bezüglich des allgemeinen sozialen Einflusses von Bewertungen und Empfehlungen von und für App-Nutzende innerhalb einer Ernährungs-App anzugeben. Zum Schluss sind noch demografische Variablen erhoben worden. In der vorliegenden Studie waren das Geschlecht, Jahrgang, höchster allgemeinbildender Schulabschluss sowie der berufliche Anstellungsgrad. Zusätzlich wurde gefragt, wie viele Personen im jeweiligen Haushalt leben, wie häufig die Teilnehmenden persönlich eine Mahlzeit zubereiten und wie häufig mobile Applikationen (Apps) benutzt werden. Diese Angaben ermöglichten einen tieferen Einblick in die Befragten Gruppe.

Die Befragung bestand aus insgesamt 39 Items. Das Online-Experiment wurde als between-subjects-Experiment durchgeführt, was bedeutet, dass die Teilnehmenden zufällig einer Ausprägung der unabhängigen Variable – unterschiedliche Art des sozialen Einflusses – pro Szenario zugewiesen wurden (siehe Abbildung 5). Mittels der randomisierten Zuweisung zu den unterschiedlichen Bedingungen wurde untersucht, inwiefern sich die Attraktivität der vorgestellten Menüs sowie die Bereitschaft, die Menüs zuzubereiten unter dem Einfluss sozialer Interaktion innerhalb der App-Nutzung bei den Teilnehmenden verändert.

Um die Meinungen und Verhaltensweisen der Teilnehmenden zu messen, wurden die Items mit einer verbalisierten Likert-Skala versehen. Mit der Likert-Skala können Meinungen und Verhaltensweisen anhand von vorgegebenen Antworten, die von einem Extrem zum anderen reichen (z. B. von „sehr unwahrscheinlich“ bis „sehr wahrscheinlich“), gemessen werden. Das Messniveau der Variablen war intervallskaliert und mit einer 6- oder 7-Punkte-Skala versehen. Im Vergleich zur 6-Punkte-Skala besteht bei der Verwendung einer 7-Punkte-Skala die Möglichkeit, einen mittleren Wert zu wählen. Den Teilnehmenden wurde damit bei einigen Items die Möglichkeit eröffnet, nicht nur ihre Zustimmung und Ablehnung, sondern auch ein „teils-teils“ auszudrücken.

Bevor das Online-Experiment aufgeschaltet wurde, fanden auch hier Pretests statt. Dazu wurde das Experiment an fünf Testpersonen erprobt. Der vorgegebene Rahmen war identisch zum geplanten Online-Experiment und es wurde geprüft, ob zum Beispiel Anweisungen und Fragen gut verständlich sind. Anschliessend wurden nochmals Anpassungen an der Befragung vorgenommen.

### **5.2.2 Stichprobe**

Die Stichprobe setzte sich zusammen aus einer Gelegenheitsstichprobe – ein Grossteil der Ergebnisse basieren auf den Daten von Personen, welche willkürlich über E-Mail mit dem Link zum Online-Experiment erreicht werden konnten und motiviert waren, am Experiment teilzunehmen – sowie über TeilnehmerInnen aus einem Probandenserver. Das Online-Experiment wurde in deutscher Sprache verfasst und entsprechend ausschliesslich von deutschsprachigen Personen beantwortet.

### **5.2.3 Fragebogen**

Die nachfolgende Abbildung 5 gibt einen Überblick zum konkreten Aufbau des Online-Experiments. Anschliessend werden die einzelnen Themenbereiche mit ihren Subskalen kurz vorgestellt. Der komplette Fragebogen ist im Anhang B. 1 ersichtlich.

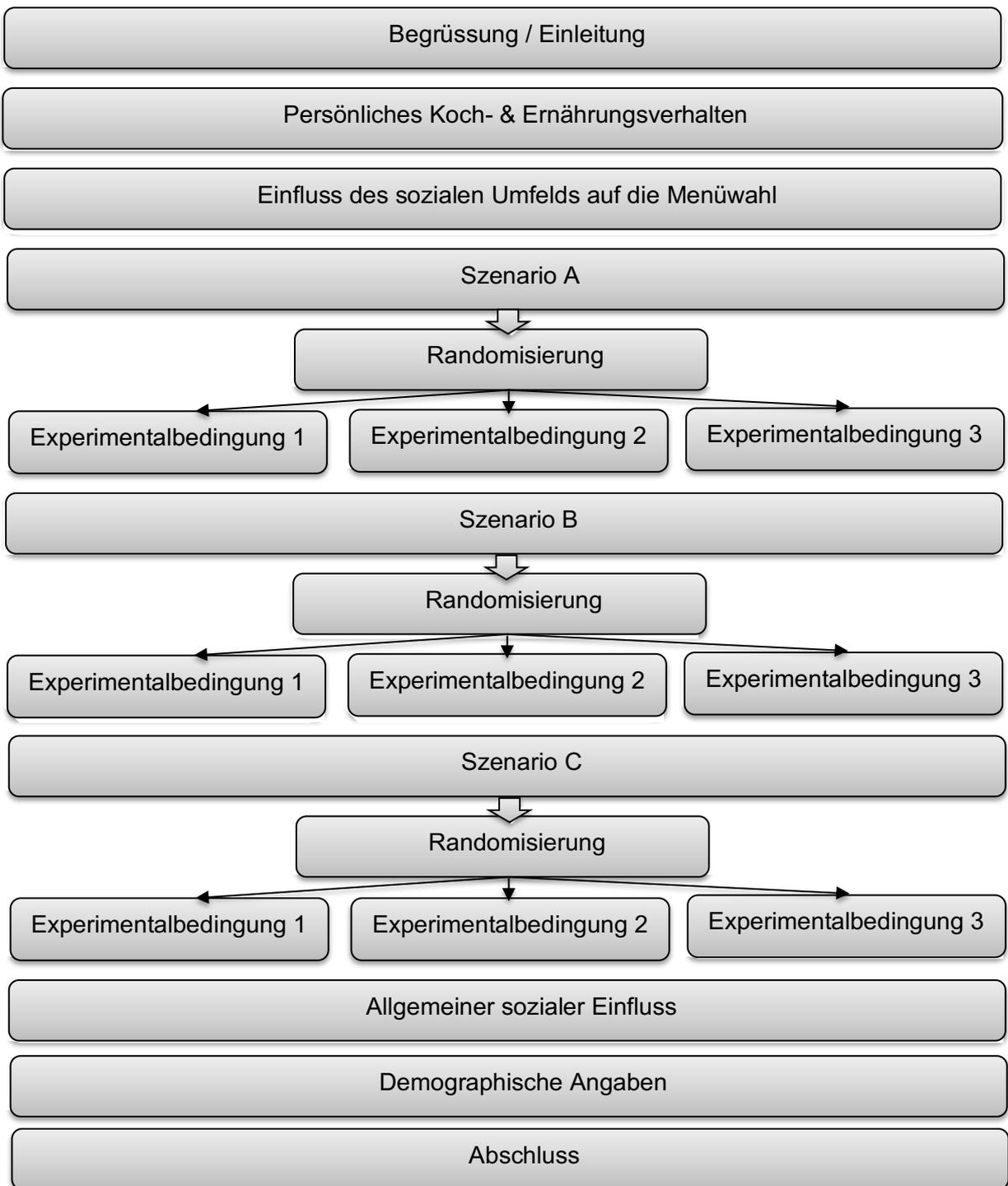


Abbildung 5: Grafische Darstellung Aufbau Online-Experiment

## **Themenbereiche und ihre Subskalen**

Mit den Einstiegsfragen wurde ein Teilbereich aus dem persönlichen Koch- und Ernährungsverhalten erfasst.

### ⇒ **Stellenwert nachhaltige und gesunde Ernährung**

Diese Angaben ermöglichten ein kurzer Einblick in die subjektive Meinung der Befragten gegenüber gesunder Ernährung und dem persönlichen Stellenwert einer umweltschonenden und nachhaltigen Ernährungsweise. Es wurden insgesamt 6 Items abgefragt. Die interne Konsistenz wurde mit Cronbach's Alpha berechnet und liegt bei einem Wert von  $\alpha=.67$ .

### ⇒ **Food neophobia scale**

Es wurden drei Items aus der Food neophobia scale von Pliner & Hobden (1992) übersetzt nach Siegrist, Stampfli & Kastenholz (2008) in die Befragung integriert. Damit konnte die Zurückhaltung gegenüber dem Verzehr und einer möglichen Vermeidung von neuartigen Lebensmitteln erhoben werden. Die interne Konsistenz dieser Subskala ist mit einem Cronbach's  $\alpha=.50$  unbefriedigend.

### ⇒ **Einfluss des sozialen Umfelds auf die Menüwahl**

Die Teilnehmenden wurden ganz generell gefragt, ob ihr nahes oder erweitertes soziales Umfeld sowie unbekannte Drittpersonen einen Einfluss auf die persönliche Menüwahl haben. Dies wurde mit drei Items abgefragt, wobei sich eine interne Konsistenz der Subskala mit Cronbach's  $\alpha=.63$  ergab.

### ⇒ **Soziale Einfluss Situationen innerhalb einer Ernährungs-App**

Die Auswahl, der im Online-Experiment simulierten App-Funktionen, beruhte auf den Angaben aus der Interviewstudie. Im Szenario A wurde eine Community und im Szenario B die App-Funktion RezeptentwicklerInnen „folgen“ mit jeweils drei Ausprägungen simuliert. Das Szenario C beinhaltet das Teilen von Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und simuliert in seinen Ausprägungen zwei unterschiedlich vorherrschende soziale Normen. Nachfolgend werden die einzelnen Szenarien und die jeweiligen Erwartungen an die empirische Untersuchung kurz beschrieben.

## **A. Szenario Community**

Die Befragten mussten sich für Szenario A in die anschliessend geschilderte Situation versetzen. *„Sie sind in Eile und bekommen unerwartet Besuch zum heutigen Mittagessen. Es bleibt wenig Zeit zur Vorbereitung eines Menüs, trotzdem soll es etwas gesundes und schmackhaftes zum Essen geben. Im Internet findet man viele Rezeptdatenbanken. Die App, die hier präsentiert wird, bietet ihnen aber mehr: Sie können mit anderen NutzerInnen Rezepte teilen und sich zum Thema Ernährung austauschen. Ausgesuchte Rezepte, neue Küchenideen sowie Tipps und Tricks unterstützen Sie in der Küche. In unseren unterschiedlichen Communities können sie sich mit anderen austauschen, gemeinsam aktiv werden oder sich einfach nur von den Ideen der anderen Community Teilnehmenden inspirieren lassen.»*

Der Experimentalgruppe 1 wurde in der moderierten Community ein Rezept aus der Rubrik «schnelle Rezepte» und der Experimentalgruppe 2 das identische Rezept jedoch aus der Rubrik «vegane Rezepte» präsentiert. Die Gruppe 3 (Kontrollgruppe) bekam keine Community simuliert, sondern lediglich das gleiche Rezept aus einem Kochbuch referenziert (siehe Anhang B. 1).

Bei der Entwicklung dieses Szenarios bestand die Erwartung, dass mittels des simulierten informativen sozialen Einflusses innerhalb einer Community bei potenziellen App-NutzerInnen eine Auswirkung auf die Menüwahl erkennbar wird. Mittels (Experten-)Anregungen oder Feedbackfunktionen können direkte Rückmeldungen auf persönliches Verhalten von NutzerInnen stattfinden.

## **B. Szenario RezeptentwicklerInnen „folgen“**

Der Experimentalgruppe 1 wurde die nachfolgende Einleitung geschildert. *„In der Ernährungs-App können Sie mit anderen NutzerInnen Rezepte teilen und sich zum Thema Ernährung austauschen. Ausgesuchte Rezepte, neue Küchenideen sowie Tipps und Tricks unterstützen Sie in der Küche. Für die App arbeiten **professionelle RezeptentwicklerInnen**. Bei ihrer Arbeit hat jede/jeder seinen persönlichen Schwerpunkt. Gesunde-, saisonale und/oder nachhaltige Rezepte, vegetarisch, vegan, kochen speziell für Kinder, etc. **Unsere Profis** veröffentlichen inspirierende Rezepte, Anleitungen, Fotos, Informationsvideos und Küchentipps. Sie können ihrem/ihren Lieblingsköchen «folgen». So verpassen Sie keine News, Tipps und neue Rezeptideen.»* Der Experimentalgruppe 2 wurde eine vergleichbare Situation vorgelegt, mit dem Unterschied, dass das Rezept nicht von einer professionellen Rezeptentwicklerin, sondern von einer **App-Nutzerin** stammte und **alle Nutzenden** aktiv werden können selber inspirierende Rezepte zu posten und sich andere zu «merken». Der Experimentalgruppe 3 wurde das identische Rezept ohne Hinweis darauf, wer es entwickelt

hat, vorgelegt. Die generelle Rezeptbewertung durch andere NutzerInnen ist über alle drei Ausprägungsstufen des Szenario B hinweg konstant gehalten worden (siehe Anhang B. 1).

Beim Entwickeln dieses Szenarios wollte untersucht werden, inwiefern die App-Funktion einer RezeptentwicklerIn zu folgen genutzt würde, ob die Informationen darüber, wer ein Rezept entwickelt hat, einen Einfluss auf die Nutzenden hinsichtlich ihrer Menüwahl haben und ob es einen Unterschied macht, ob diese Informationen von einem Experten (professionelle RezeptentwicklerInnen) oder von einem Laien (anderen App-NutzerInnen) stammen.

### **C. Szenario Einfluss soziale Normen**

Jeder Experimentalgruppe wurde das gleiche Rezept präsentiert. Bei der Experimentalgruppe 1 und 2 wurde eine durchschnittliche Menü-Bewertung durch App-NutzerInnen ergänzt. Einmal wurde das Rezept mit vier von fünf Sternen bewertet und acht von zehn App-NutzerInnen haben das Menü als einfach und besonders nachhaltig eingestuft. Bei der Experimentalgruppe 2 lag die durchschnittliche Menü-Bewertung nur bei einem von fünf Sternen und gerademal zwei von zehn App-NutzerInnen bewerteten das Rezept als ein einfaches, besonders nachhaltiges Menü. Im Anschluss wurden die Teilnehmenden unter anderem gefragt, für wie gesund und nachhaltig sie das Menü einstufen (siehe Anhang B. 1).

Bei diesem Szenario bestand die Erwartung, dass App-Nutzende durch die simulierte vorherrschende soziale Norm hinsichtlich der Beurteilung eines Menüs beeinflusst werden (normativer Einfluss).

In jeder Experimentalbedingung wurden die zwei Items „*wie ansprechend ist dieses Menü* und *wie wahrscheinlich es ist, dass Sie dieses Menü zubereiten würden*“ abgefragt. Den Teilnehmenden stand jeweils eine 7-stufige Likertskala – von überhaupt nicht ansprechend bis sehr ansprechend bzw. sehr unwahrscheinlich bis sehr wahrscheinlich – als Antwortmöglichkeit zur Verfügung. Zusätzlich wurden die Teilnehmenden in Szenario A und Szenario B gefragt, wie wahrscheinlich es ist, dass sie die jeweilige App-Funktion nutzen würden.

#### ⇒ **Allgemeiner sozialer Einfluss**

In diese Kategorie wurden allgemeine Daten über Bewertungen und Empfehlungen von und für App-Nutzende erhoben. Es wurden drei Items in die Befragung integriert, wobei sich eine interne Konsistenz der Subskala auf Conbach's  $\alpha=.92$  beläuft.

#### ⇒ **Demografische Angaben**

Abschliessend wurden demografische Daten erhoben, um einen detaillierten Einblick in die Zusammensetzung der Stichprobe zu erhalten.

### **5.2.4 Durchführung der Online-Befragung**

Das Online-Experiment war zwischen dem 14. und 25. Mai 2018 aktiv geschaltet. Die Einladung mit dem Link zum Online-Experiment wurde über verschiedene Kanäle gestreut. Das Online-Experiment wurde an Personen aus dem Probandenserver des psychologischen Instituts der Universität Zürich an Studierende des Bachelor- und Masterstudiengangs der Hochschule für angewandte Psychologie FHNW, an die Verteilerliste zweier Elternvereine und an Personen im privaten und beruflichen Umfeld der Autorin gesendet. Die Teilnahme erfolgte auf freiwilliger Basis und konnte jederzeit abgebrochen werden. Als kleiner Anreiz zur Teilnahme wurde unter allen Probanden, welche vollständig an der Befragung teilgenommen haben 5 x 25 Schweizer Franken verlost. Die Verlosung war selbstverständlich freiwillig.

### **5.2.5 Statistische Auswertungsmethoden**

Die Daten aus dem Online-Experiment wurden mithilfe der Statistik Software SPSS Version 25 sowie mit statistischen Analysemethoden innerhalb von Microsoft Excel ausgewertet. Der Rohdatensatz wurde aus dem Online-Befragungstool Unipark Questback direkt in das Statistikprogramm SPSS importiert.

In einem ersten Schritt wurden die Daten aufbereitet. Unvollständige Datensätze sowie Datensätze mit Antworttendenzen (systematische Abweichungen) wurden eliminiert. Zusätzlich wurden die Daten von Personen, welche nur einmal pro Monat oder seltener kochen, aus der Stichprobe entfernt. Im nächsten Schritt wurden die negativ formulierten Items umcodiert. Die Gruppengrößen der einzelnen Experimentalbedingungen sind durch randomisiertes Entfernen von Datensätzen homogenisiert worden. Die Daten wurden mittels Histogrammen einer optischen Abschätzung der Normalverteilung unterzogen sowie zusätzlich mittels den Massen Schiefe und Kurtosis, welche die Abweichung einer Verteilung von der Normalverteilung beschreiben, überprüft. Als Nächstes erfolgte die Auswertung der deskriptiven Statistiken der einzelnen Items, was gemäss Zöfel (2013) eine reine Beschreibung der Daten durch passende Kennwerte und Grafiken darstellt. Es wird als

Lagemass der arithmetische Mittelwert aufgezeigt und als Streuungsparameter auf die Standardabweichung zurückgegriffen.

Um Unterschiede zwischen den einzelnen Experimentalbedingungen eines Szenarios zu eruieren, wurde die einfaktorielle multivariate Varianzanalyse (MANOVA) durchgeführt. Über das signifikante Szenario wurde dann eine einfaktorielle univariate Varianzanalyse (ANOVA) für jede abhängige Variable gerechnet. Mittels des folgenden Schritts der Mehrfachvergleiche anhand des Scheffé-Post-hoc-Tests konnten die signifikanten Unterschiede der Experimental- und Kontrollgruppen auf Variablenebene erhoben werden. In einem letzten Schritt wurden jeweils die Mittelwerte von Items zwischen zwei Experimentalgruppen innerhalb eines Szenarios mittels des  $t$ -Tests für unabhängige Stichproben auf unterschiede überprüft. Das Signifikanzniveau aller statistischen Auswertungen wurde bei 5% festgelegt. Das heisst, es wird ein signifikanter Unterschied angenommen, wenn der Wert der Signifikanz kleiner als 5% bzw. .05 ist.

## 5.3 Ergebnisse

In diesem Kapitel wird nun näher auf die Ergebnisse aus dem Online-Experiment eingegangen. Zunächst wird die Stichprobe detailliert beschrieben. Anschliessend folgen die statistischen Auswertungen der erhobenen Daten.

### 5.3.1 Die Stichprobe

Das Online-Experiment wurde insgesamt 285 Mal per Link geöffnet. 255 Personen haben mit dem Beantworten der Fragen begonnen wovon 230 Personen dann den Fragebogen bis zum Ende bearbeitet haben. Insgesamt konnten nach der Aufbereitung der Daten für das Online-Experiment die Angaben von 226 Teilnehmenden verwendet werden. Das persönliche Koch- und Ernährungsverhalten sowie Fragen zum Einfluss des sozialen Umfelds auf die Menüwahl wurden von allen 226 Personen beantwortet. Für die einzelnen Experimentalbedingungen der Szenarien konnten jeweils die Daten von 73 Personen berücksichtigt werden. Ein randomisiertes Entfernen einiger Daten war nötig, um die Grösse der Experimentalgruppen zu homogenisieren. Der dritte Befragungsteil wurde wieder von allen 226 Personen bearbeitet. Die mittlere Bearbeitungszeit (arithmetisches Mittel) betrug bei den Teilnehmenden aus dem Probandenserver der Universität Zürich 8 Minuten und 37 Sekunden, bei den anderweitig rekrutierten Personen lag die durchschnittliche Bearbeitungszeit bei 9 Minuten und 43 Sekunden. Bei den zwei Probandengruppen gab es hinsichtlich ihrer Einstellung gegenüber Ernährung, dem Umweltbewusstsein und sozialen Einflüssen keine relevanten Unterschiede.

Das Alter der Teilnehmenden lag zwischen 18 und 72 Jahren. Das durchschnittliche Alter bei 32.42 ( $SD = 10.25$ ) Jahren. 170 (75,2 %) der Teilnehmenden waren Frauen und 56 (24,8 %) Männer. Als höchsten Bildungsabschluss haben 110 Personen einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss angegeben (48,7 %). 60 Personen haben eine Mittel- / Handelsschule oder das Gymnasium absolviert (26,5 %). Die restlichen Befragten haben eine Berufsausbildung ohne oder mit höherer Fachprüfung besucht (24,8 %). 91,6 % der Teilnehmenden gaben an, mehrmals die Woche zu kochen. Davon kochen 29,6 % gar mehrmals täglich. Und fast die Hälfte aller Befragten (45,6 %) benutzen mehrmals täglich eine App.

Aufgrund der Anzahl Teilnehmenden als auch aufgrund der demografischen Auswertungen kann nicht von einer repräsentativen Stichprobe für die Deutschschweizer Bevölkerung ausgegangen werden. Denn die Stichprobe spiegelt in ihrer Zusammensetzung und in ihrer Struktur nicht die Grundgesamtheit wieder. Weitere Angaben zur Stichprobe befinden sich im Anhang C. 1.

### 5.3.2 Deskriptive Ergebnisse

Die meisten Teilnehmenden sind offen gegenüber unbekanntem Nahrungsmitteln. Mit einem Mittelwert von 4.13 ( $SD = 1.29$ ) ist eine relativ hohe Bereitschaft vorhanden, häufig neue und verschiedene Lebensmittel auszuprobieren. 73,5 % der Befragten probieren auch Menüs aus, obwohl sie nicht wissen, was im Menü enthalten ist. Nur 15,5 % der befragten Personen gaben an, sich eher bis ganz davor zu fürchten, Speisen zu essen, die sie noch nie zuvor gegessen haben.

Die gesunde, umweltfreundliche und somit nachhaltige Ernährungsweise ist den meisten Teilnehmenden ein Anliegen. Mit einem Mittelwert von 4.65 ( $SD = 1.15$ ) gaben die Befragten an, dass eine gesunde Ernährung einen starken Einfluss auf ihr Wohlbefinden hat. Auch die Umweltfreundlichkeit der Ernährung ist den Teilnehmenden mit einem Mittelwert von 4.41 ( $SD = 1.26$ ) relativ wichtig. Die Mehrheit ( $M = 4.44$ ;  $SD = 1.26$ ) gab an, es sei ihnen wichtig, dass Nahrungsmittel aus der Region stammen. Fast die Hälfte der Befragten (46 %) sagte, es trifft für sie zu, dass sich eine nachhaltige Ernährungsweise positiv auf ihre Gesundheit auswirkt.

### 5.3.3 Hypothesenprüfung

Angaben zur Prüfung der ersten Hypothese, **die gesunde und nachhaltige Ernährungsweise des sozialen Umfelds hat eine positive Auswirkung auf das eigene Ernährungsverhalten**, aus der quantitativen Befragung werden in Form der rein deskriptiven

Statistik gemacht. Tabelle 4 fasst die durchschnittlichen Ausprägungen des wahrgenommenen sozialen Einflusses auf die persönliche Menüwahl zusammen. Es werden die jeweiligen Mittelwerte ( $M$ ) mit der zugehörigen Standardabweichung ( $SD$ ) und Varianz sowie Minimum- und Maximum-Werte für jedes Item dargestellt.

Das im Durchschnitt am geringsten bewertete Item «Es gibt Personen aus meinem erweiterten sozialen Umfeld, die mich bei meiner Menügestaltung beeinflussen» fällt mit einem Mittelwert von 3.04 ( $SD = 1.37$ ) aus, wohingegen die Items «Mein nahes soziales Umfeld beeinflusst mich in meiner Menüwahl», «Mit Freunden und Bekannten tausche ich mich regelmässig über gesunde Ernährung aus» und «Internet, Kochmagazine, Kochbücher und Ratgeber haben einen Einfluss auf meine Menügestaltung» mit den durchschnittlichen Bewertungen von  $M = 3.74$  ( $SD = 1.42$ );  $M = 3.66$  ( $SD = 1.40$ );  $M = 3.65$  ( $SD = 1.30$ ) höher ausfallen. Es zeigt sich daraus, dass das nahe soziale Umfeld den grössten wahrgenommenen Einfluss auf die Menüwahl der Befragten ausübt. Der Mindestwert 1 (überhaupt nicht) sowie der Maximum-Wert 6 (voll und ganz) wurde bei allen Items mindestens einmal selektiert.

Tabelle 4: Deskriptive Statistik "wahrgenommener Einfluss durch soziales Umfeld"

Deskriptive Statistik						
	N	Mittelwert	SD	Varianz	Minimum	Maximum
Mein nahes soziales Umfeld beeinflusst mich in meiner Menügestaltung	226	3.74	1.42	2.025	1	6
Es gibt Personen aus meinem erweiterten sozialen Umfeld, die mich bei meiner Menügestaltung beeinflussen	226	3.04	1.37	1.870	1	6
Mit Freunden und Bekannten tausche ich mich regelmässig über gesunde Ernährung aus	226	3.66	1.40	1.968	1	6
Internet, Kochmagazine, Kochbücher und Ratgeber haben einen Einfluss auf meine Menügestaltung	226	3.65	1.30	1.776	1	6

Zur Prüfung der zweiten Hypothese, **soziale Interaktionsprozesse innerhalb der MyFoodways-App haben einen Einfluss auf die Menüwahl von NutzerInnen**, wurden mittels der multivariaten einfaktoriellen Varianzanalyse die Unterschiede zwischen den einzelnen Experimentalbedingungen innerhalb der Szenarien näher untersucht. Einführend werden das gewählte Verfahren und das spezifische Vorgehen kurz beschrieben und anschliessend die Resultate dargestellt.

Als Faktor diente über alle drei Szenarien hinweg der soziale Einfluss mit jeweils drei Faktorstufen, den zwei unterschiedlichen Ausprägungen von virtuellem sozialem Einfluss und

die Kontrollbedingung ohne simulierten Einfluss. Entsprechend handelt es sich hier um eine *einfaktorielle* Varianzanalyse. Die abhängigen Variablen stellen sich zusammen aus, der Attraktivität der Menüs und der Bereitschaft das jeweilige Menü auch zuzubereiten. Es werden mehrere abhängige Variablen untersucht und es handelt sich um eine *multivariate* Varianzanalyse. Im Weiteren wird die Abkürzung MANOVA (**M**ultivariate **A**nalysis **O**f **V**ariance) verwendet. Die MANOVA wird ein Gesamt-*F* und Gesamt-Signifikanzniveau für den Unterschied zwischen den jeweiligen drei Experimentalbedingungen geben. Dies in Bezug darauf, wie sehr sie sich in der Kombination der abhängigen Variablen unterscheiden. Abbildung 6 veranschaulicht das Prinzip der einfaktoriellen multivariaten Varianzanalyse.

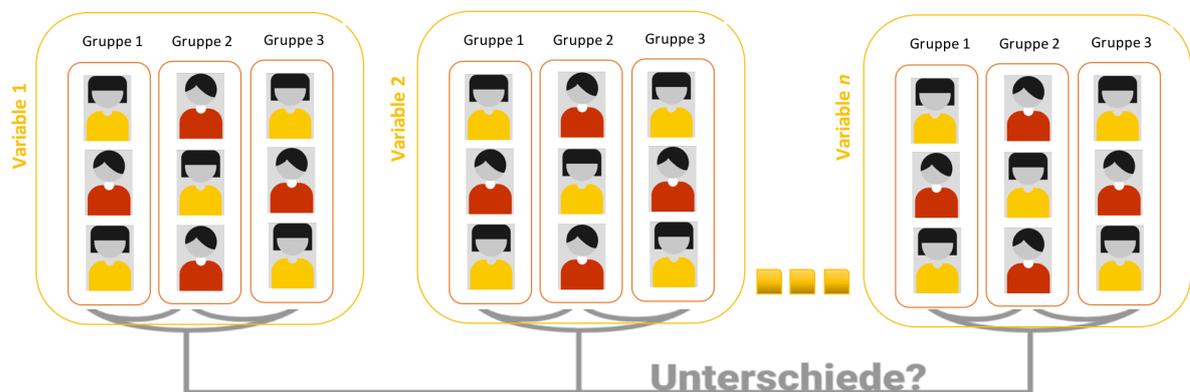


Abbildung 6: Grafische Darstellung einfaktorielle multivariate Varianzanalyse (eigene Darstellung in Anlehnung W.A. Hemmerich – StatistikGuru Version 1.96, 2018).

Wenn bei der Auswertung mit der MANOVA ein signifikanter Unterschied zwischen den Experimentalgruppen gefunden wird, sagt dies, dass sie sich in der Kombination der abhängigen Variablen unterscheiden. Das gibt Aufschluss darauf, dass sich die einzelnen Gruppen unterscheiden, nicht aber, um welche Experimentalgruppen und abhängigen Variablen es sich dabei handelt. So folgt auf eine MANOVA, welche statistisch signifikante Unterschiede bestimmt, in der Regel eine einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) für jede der abhängigen Variable.

Die MANOVA stellt folgende Voraussetzungen an die Daten:

- Intervallskalenniveau der abhängigen Variablen
- Normalverteilung der abhängigen Variablen
- Varianzhomogenität (Varianzgleichheit in den einzelnen Gruppen)
- Zufallsstichprobe

Die abhängigen Variablen (AV) sind intervallskaliert. Jedoch erfüllen die abhängigen Variablen der vorliegenden Arbeit nicht ausnahmslos die Bedingung der Normalverteilung. Obwohl nicht

alle AV normal verteilt sind, wurde die Varianzanalyse durchgeführt. Dies mit der Begründung, dass die Varianzanalyse bei gleich grossen Stichproben gegenüber Verletzungen einer Normalverteilung relativ robust ist (Bortz & Schuster, 2010). Eine gleich grosse Stichprobe liegt vor und ist ausserdem mit  $N = 73$  genügend gross. Die Varianzhomogenität (Bestimmung mittels des Levene Tests) wird erst nach Berechnung der MANOVA überprüft, da die entsprechende Statistik Teil der Ausgabe ist. Die Anforderung der Zufallsstichprobe ist erfüllt.

Die Befragung wurde unter deutschsprachigen Personen breit gestreut und beinhaltete keine Vorauswahl der Teilnehmenden. Die befragten Personen wurden nach dem Zufallsprinzip (Randomisierung) in mehrere Gruppen aufgeteilt und stehen in keiner Beziehung zueinander. Es kann also von einer (unabhängigen) Zufallsstichprobe ausgegangen werden.

### MANOVA Auswertung über die drei Szenarien hinweg

Über alle Szenarien mit den jeweils drei Ausprägungsstufen hinweg wurde die abhängige Variable Attraktivität des Menüs («attr.») sowie die Bereitschaft, das spezifische Menü zuzubereiten («ber.»), gemessen. Die Teilnehmenden wurden zufällig einer der drei Experimentalgruppen ( $N = 73$ ) zugeordnet.

Als Erstes wurde die Voraussetzung der Varianzhomogenität über alle Szenarien geprüft. Die Resultate des Levene-Tests (siehe Tabelle 5) ergaben keine signifikanten Ergebnisse, womit die Voraussetzung der Varianzhomogenität für die weiteren Analysen erfüllt sind.

Tabelle 5: Ergebnisse Levene-Test über alle drei Szenarien

Levene-Tests		Levene - Statistik	df1	df2	Sig.
Szenario A	attraktivität («attr.»)	.840	2	216	.433
	bereitschaft «ber.»)	.038	2	216	.962
Szenario B	attraktivität («attr.»)	.563	2	216	.571
	bereitschaft («ber.»)	1.253	2	216	.288
Szenario C	attraktivität («attr.»)	.625	2	216	.536
	bereitschaft («ber.»)	.169	2	216	.845

Die Haupttabelle (siehe Anhang C. 4.1) zeigt die Ergebnisse der multivariaten Tests. Relevant an dieser Stelle ist die *Pillai-Spur*. Die zwei abhängigen Variablen werden simultan berücksichtigt und gaben nur für Unterschiede innerhalb der Experimentalgruppen aus dem Szenario C einen statistisch signifikanten Wert an ( $p < .002$ ), nicht aber für die Szenarien A und B.

Anhand der Tabelle 6 Tests der Zwischensubjekteffekte aus Szenario C kann festgestellt werden, welche abhängigen Variablen ursächlich sind für die Gesamtsignifikanz. Die signifikanten Unterschiede zwischen den Experimentalgruppen sind auf beide AV zurückzuführen und haben ihre Ursache etwas stärker in den Unterschieden bei der Attraktivität des Menüs als bei der Bereitschaft das Menü zuzubereiten.

Tabelle 6: Tests der Zwischensubjekteffekte (Szenario C)

Tests der Zwischensubjekteffekte		Quadratsumme vom Typ III	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
Korrigiertes Modell	attraktivität («attr.»)	28.959	2	14.479	7.299	.001
	bereitschaft («ber.»)	28.201	2	14.100	4.672	.010
Konstanter Term	attraktivität («attr.»)	5005.521	1	5005.521	2523.082	.000
	bereitschaft («ber.»)	3906.963	1	3906.963	1294.658	.000
Gruppe	attraktivität («attr.»)	28.959	2	14.479	7.299	.001
	bereitschaft («ber.»)	28.201	2	14.100	4.672	.010
Fehler	attraktivität («attr.»)	428.521	216	1.984		
	bereitschaft («ber.»)	651.836	216	3.018		
Gesamt	attraktivität («attr.»)	5463.000	219			
	bereitschaft («ber.»)	4587.000	219			
Korrigierte	attraktivität («attr.»)	457.479	218			
Gesamtvariation	bereitschaft («ber.»)	680.037	218			

Da der multivariate Test statistische Signifikanz im Szenario C aufweist, werden zur Interpretation der Ergebnisse zwei einfaktorielles univariate Varianzanalysen – also eine für jede abhängige Variable getrennt durchgeführte Analyse – gerechnet.

### ANOVA Auswertung über das Szenario C hinweg

Die Auswertungen über das Szenario C hinweg ergab folgendes signifikante Ergebnis in der ANOVA Tabelle (siehe Anhang C. 5). Die Experimentalgruppe 1, die eine überdurchschnittlich hohe Menü-Bewertung präsentiert bekam, zeigte beim Item «Attraktivität» einen Mittelwert von 4.79 ( $SD = 1.50$ ), die Experimentalgruppe 2 welche eine niedrige durchschnittliche Menü-Bewertung vorgelegt bekam einen Mittelwert von 4.33 ( $SD = 1.35$ ) und die Kontrollgruppe ein  $M = 5.21$  ( $SD = 1.37$ ). Die Attraktivität des Menüs unterscheidet sich statistisch signifikant unter den drei verschiedenen Experimentalbedingungen mit den unterschiedlichen Menü-Bewertungen anderer NutzerInnen  $F(2, 216) = 7.30$ ,  $p < .001$ . Das Eta-Quadrat beträgt 0.06 und zeigt damit nach Cohen (1988) einen mittleren Effekt auf.

Für das Item «Bereitschaft» konnten folgende Werte eruiert werden. Die Experimentalgruppe 1 mit der überdurchschnittlich hohen Menü-Bewertung zeigte einen Mittelwert von 4.80 ( $SD = 1.50$ ), die Experimentalgruppe 2 mit der niedrigen durchschnittlichen Menü-Bewertung einen Mittelwert von 4.33 ( $SD = 1.35$ ) und die Kontrollgruppe ein  $M = 5.22$  ( $SD = 1.37$ ). Die Bereitschaft das Menü zuzubereiten unterscheidet sich statistisch signifikant unter den drei verschiedenen Experimentalbedingungen mit den unterschiedlichen Menü-Bewertungen anderer NutzerInnen  $F(2, 216) = 4.67$ ,  $p < .010$ . Das Eta-Quadrat beträgt 0.04 und zeigt damit nach Cohen (1988) einen kleinen Effekt auf.

Die ANOVA-Tabelle (siehe Anhang C. 5) gab mittels des  $F$ -Tests Aufschluss darüber, dass sich die Gruppen in Szenario C voneinander unterscheiden. Durch den Einsatz eines Post-Hoc-Tests, zum Beispiel dem Scheffé-Test, können jetzt Vergleiche für alle möglichen paarweisen Kombinationen der Mittelwerte durchgeführt werden. Untersucht werden die linearen Kombinationen von Gruppenmittelwerten. Der Scheffé-Test kontrolliert gleich das Problem der Alpha-Inflation und gibt  $p$ -Werte aus, die mit dem üblichen 5 % Signifikanzniveau verglichen werden können. Damit können jetzt die Unterschiede zwischen den Faktorstufen identifiziert werden. In Tabelle 7 werden die signifikanten Ergebnisse dieser Auswertung aufgezeigt.

Tabelle 7: Mehrfachvergleiche Scheffé-Test.

Mehrfachvergleiche Scheffé-Test							
Abhängige Variable	(I)Gruppe	(J)Gruppe	Mittlere Differenz (I-J)	Standard Fehler	Sig.	95%-Konfidenzintervall	
						Untergrenze	Obergrenze
attraktivität («attr.»)	1.00	2.00	.4658	.23314	.138	-.1089	1.0404
		3.00	-.4247	.23314	.193	-.9993	.1500
	2.00	1.00	-.4658	.23314	.138	-1.0404	.1089
		3.00	-.8904	.23314	.001	-1.4651	-.3158
	3.00	1.00	.4247	.23314	.193	-.1500	.9993
		2.00	.8904	.23314	.001	.3158	1.4651
bereitschaft («ber.»)	1.00	2.00	.4932	.28754	.232	-.2156	1.2019
		3.00	-.3836	.28754	.412	-1.0923	.3252
	2.00	1.00	-.4932	.28754	.232	-1.2019	.2156
		3.00	-.8767	.28754	.011	-1.5854	-.1680
	3.00	1.00	.3836	.28754	.412	-.3252	1.0923
		2.00	.8767	.28754	.011	.1680	1.5854

Der Scheffé-Post-hoc-Test zeigte bei einem von drei Paarvergleichen bei der abhängigen

Variable Attraktivität («attr.») einen signifikanten Unterschied ( $p < .001$ ). Teilnehmende, die eine niedrige Menü-Bewertung vorgelegt bekamen, beurteilten die durchschnittliche Attraktivität des Menüs signifikant geringer als Teilnehmende aus der Kontrollgruppe, die keine Menü-Bewertung anderer NutzerInnen sahen ( $-.89$ , 95 % CI  $[-1.47, -.32]$ ).

Bei der anhängigen Variable Bereitschaft («ber.») gab der Schéffe-Test ebenfalls bei einem von drei Paarvergleichen einen signifikanten Unterschied an ( $p < .011$ ). Teilnehmende, die eine niedrige Menü-Bewertung vorgelegt bekamen, beurteilten die durchschnittliche Bereitschaft, das spezifische Menü zuzubereiten signifikant geringer als Teilnehmende aus der Kontrollgruppe, die keine Menü-Bewertung anderer NutzerInnen sahen ( $-.88$ , 95 % CI  $[-1.59, -.17]$ ).

### **t-Test für unabhängige Stichproben**

Beim  $t$ -Test für unabhängige Stichproben erfolgt der Vergleich, ob zwei Mittelwerte ungleich sind (siehe Anhang C. 6). Dieser Test wird beigezogen, da in Szenario A und B bei den Experimentalgruppen 1 und 2 zusätzlich zwei Items zur Wahrscheinlichkeit, die jeweilige App-Funktion zu nutzen, integriert wurden.

- ⇒ Es gab keinen statistisch signifikanten Unterschied zwischen der Experimentalgruppe 1 und 2 und der Wahrscheinlichkeit, einer spezifischen Community – um Rezepte, Erfahrungen mit Zubereitungsmethoden und Produkten auszutauschen – beizutreten  $t(144) = .05$ ,  $p = .96$ .
- ⇒ Es gab keinen statistisch signifikanten Unterschied zwischen den zwei Experimentalgruppen und der Wahrscheinlichkeit, dass Teilnehmende sich aktiv in einer virtuellen Community mit gleich gesinnten NutzerInnen einbringen  $t(144) = -1.29$ ,  $p = .20$ .
- ⇒ Es gab keinen statistisch signifikanten Unterschied zwischen den zwei Experimentalgruppen und der Wahrscheinlichkeit, dass Teilnehmende der spezifischen Rezeptentwicklerin in der App «folgen» würden,  $t(144) = .50$ ,  $p = .62$ .
- ⇒ Es gab keinen statistisch signifikanten Unterschied zwischen den zwei Experimentalgruppen und der Wahrscheinlichkeit, dass die Teilnehmenden im generellen die Funktion, einer Rezeptentwicklerin zu «folgen» nutzen würden  $t(144) = -.652$ ,  $p = .52$ .

## 6 Ergebnisse und Diskussion

In diesem Kapitel werden die Resultate der Studie diskutiert und den jeweiligen Forschungsfragen gegenübergestellt. Darauf basierend werden Implikationen für die Forschung und Praxis herausgearbeitet, Limitationen der Arbeit thematisiert sowie einen kurzen Ausblick für die weiterführende Forschung vorgenommen.

### 6.1 Beantwortung der Fragestellungen

#### **Welche Arten sozialer Interaktionen wünschen sich potenzielle NutzerInnen der MyFoodways-App?**

Diese Fragestellung beschäftigte sich mit den Wünschen und Bedürfnissen von potenziellen MyFoodways-App-NutzerInnen hinsichtlich sozialer Interaktionsprozesse innerhalb der Ernährungs-App. Die Fragestellung stand insbesondere bei den halb standardisierten Interviews im Fokus und leitete übergeordnet durch die Befragung. Im ersten Schritt werden die Ergebnisse aus den Interviews präsentiert und anschliessend dem Ergebnis aus dem Online-Experiment gegenübergestellt.

Ein gegenseitiger Austausch von Rezeptideen zwischen NutzerInnen wird als ein wichtiger interaktiver Prozess für die Ernährungs-App gesehen. Einerseits würden zwecks Inspiration gerne andere Rezepte eingesehen werden, andererseits könnten sich einige der Interviewpartnerinnen auch vorstellen, eigene Rezepte zu veröffentlichen.

Aufgrund des Bedürfnisses nach Privatsphäre wie aufgrund der Übersichtlichkeit wird ein (Rezept-)Austausch im ausgewählten Benutzerkreis bevorzugt. Es wird ein Austausch in thematisch unterteilten Gruppen respektive innerhalb von Communities mit Personen, die ähnliche Wertvorstellungen und ein vergleichbares Ernährungsverhalten haben, gewünscht. Dies deckt sich auch mit der Auswertung über die Beurteilung der 11 möglichen App-Funktionen mit sozialen Interaktionsprozessen durch die Interviewpartnerinnen. Denn der Vorschlag, Communities zu gründen, fanden die Interviewpartnerinnen interessant. Die Communities sollen themenspezifisch von und für NutzerInnen mit ähnlichen Ernährungsgewohnheiten und passend zur aktuellen Lebenssituation gegliedert sein. Dann schauen die Interviewpartnerinnen eine Community als hilfreiche Unterstützung an. Die Gründung von Communities wurde durch die Interviewpartnerinnen als wichtigste interaktive App-Funktionen beurteilt.

Die Möglichkeit RezeptentwicklerInnen zu «folgen» wurde aus den 11 vorgelegten App-Funktionen mit sozialen Interaktionsprozessen von den Interviewpartnerinnen nach den Communities als weitere dienliche Funktion eingestuft.

Die App-Funktion NutzerInnen teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen wurden ebenfalls als relativ wichtig eingestuft. Die Interviewpartnerinnen gaben mehrheitlich an, dass sie Rezensionen von anderen App-Nutzenden lesen würden und diese vermutlich einen Einfluss auf die persönliche Menüwahl hätte. Weiter kann aus den Interviews abgeleitet werden, dass potenzielle NutzerInnen grossen Wert darauf legen, dass App-Funktionen im generellen einfach, schnell und übersichtlich gehalten werden sollen. Es wird auch die Kommentarfunktion für sinnvoll erachtet, der Übersichtlichkeit halber wird jedoch gewünscht, dass eine solche als einfache «Rating»-Funktion in die Ernährungs-App implementiert wird.

Das Online-Experiment relativiert die Ergebnisse aus den qualitativen Interviews. Die Ergebnisse aus Szenario A zeigen auf, dass 79,5 % der Teilnehmenden aus der Experimentalgruppe 1 ( $N = 73$ ) angaben, dass es unwahrscheinlich bis sehr unwahrscheinlich ist, dass sie einer spezifischen Community beitreten würden, um Rezepte, Erfahrungen mit Zubereitungsmethoden und Produkten auszutauschen. Bei der Experimentalgruppe 2 ( $N = 73$ ) waren es 75,3 %, die einen persönlichen Community-Beitritt als unwahrscheinlich bis sehr unwahrscheinlich erachten. Etwa ähnlich zeigt sich dies dann auch bei der Frage, ob sich die Teilnehmenden aktiv in einer virtuellen Community mit gleich gesinnten NutzerInnen einbringen würden. 83,6 % respektive 87,7 % gaben an, dass eine persönliche, aktive Teilnahme innerhalb einer Community unwahrscheinlich bis sehr unwahrscheinlich ist.

Im Szenario B waren es ebenfalls mehr als die Hälfte der Befragten, welche die vorgestellte App-Funktion mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht nutzen würden. 56,2 % aus der ersten Experimentalgruppe ( $N = 73$ ) und 61,6 % aus der zweiten Experimentalgruppe ( $N = 73$ ) gaben an, dass es eher unwahrscheinlich bis sehr unwahrscheinlich ist, dass sie der jeweiligen Rezeptentwicklerin «folgen» würden. Dabei ist kein signifikanter Unterschied zu erkennen, ob das Rezept von einer professionellen Rezeptentwicklerin oder einer anderen App-Nutzerin (ohne spezifische Fachkenntnisse) stammt. Denn 47,3 % aller Befragten ( $N = 146$ ) gaben an, dass es eher unwahrscheinlich bis sehr unwahrscheinlich ist, dass sie im generellen die App-Funktion, einer Rezeptentwicklerin zu «folgen», nutzen würden.

Im Anschluss an die Szenarien wurden alle Teilnehmenden ( $N = 226$ ) gefragt, ob die Erfahrungen anderer App-NutzerInnen sie bei der Zubereitung von Menüs unterstützen, ob sie Bewertungen anderer App-Nutzenden berücksichtigen und ob Empfehlungen anderer App-Nutzenden sie bei der Menüwahl beeinflussen würde. Da zeigte sich, dass der App-Funktion des Teilens von Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen eine Wichtigkeit zugesprochen werden kann. Mehr als die Hälfte der Befragten (58 %) gaben an, es trifft zu bis es trifft voll und ganz zu, dass die Erfahrungen anderer App-Nutzenden eine Unterstützung bei der Zubereitung von Menüs wären. 61,4 % (von trifft zu bis

trifft voll und ganz zu) gaben auch an, dass sie Bewertungen von anderen App-NutzerInnen berücksichtigen würden. 51,3 % stufen ein, dass eine Empfehlung anderer App-Nutzenden vermutlich einen Einfluss auf die persönliche Menüwahl hätte.

### **Ändert sich die Menüwahl aufgrund sozialer Interaktionsprozesse, die durch die MyFoodways-App gefördert würden?**

Aufgrund der im vorangegangenen Kapitel erläuterten Ergebnisse kann an dieser Stelle erwähnt werden, dass Bewertungen, Empfehlungen und Informationen über Rezepte von anderen NutzerInnen als unterstützend wahrgenommen werden und einen Einfluss auf die persönlichen Ernährungsentscheidungen ausüben können. Somit kann gesagt werden, dass die Implementierung von App-Funktionen die einen normativen sozialen Einfluss auf die NutzerInnen ausüben, einen entscheidend Einfluss auf das Ernährungsverhalten haben können.

Die signifikanten Ergebnisse aus Szenario C (siehe ANOVA Tabelle Anhang C. 5) verdeutlichen den Effekt des normativen Einflusses. Teilnehmende, die eine niedrige Menü-Bewertung anderer App-NutzerInnen lasen, haben im Anschluss die durchschnittliche Attraktivität des Menüs signifikant geringer eingestuft, als Teilnehmende aus der Kontrollgruppe, die keine Menü-Bewertung gelesen haben. Auch die Bereitschaft, das Menü zuzubereiten, unterschied sich signifikant zwischen der Experimentalgruppe, welche die niedrige Menü-Bewertung gelesen hat, im Vergleich zur Kontrollgruppe. Dabei scheinen insbesondere deskriptive Normen zu greifen, wenn der Grossteil von NutzerInnen einer Meinung ist, wird es schon seine Richtigkeit haben. Die Individuen orientieren sich an den vorherrschenden Normen und passen ihr persönliches (Ernährungs-)Verhalten an. Für die Entwicklung der MyFoodways-App bietet es sich an, App-Funktionen mit *normativen sozialen Einflüssen* zu implementieren.

## Lassen sich potenzielle MyFoodways-App NutzerInnen aufgrund des Bedürfnisses nach sozialer Zugehörigkeit von anderen Mitgliedern bei der Menüwahl beeinflussen?

Das Bedürfnis nach Anerkennung und sozialer Zugehörigkeit hat Maslow in seiner Bedürfnispyramide (vgl. Abbildung 7) in der dritten Ebene unter dem Punkt soziale Motive integriert (Maslow, 1981).

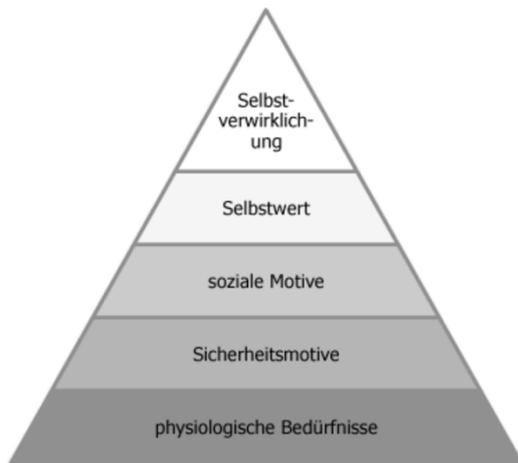


Abbildung 7: Bedürfnispyramide nach Abraham Maslow (1954).

Es gehört zu den Grundbedürfnissen des Menschen. Nachdem die physiologischen Grundbedürfnisse und die Sicherheitsmotive einer Person befriedigt sind, strebt der Mensch danach, gute Beziehungen einzugehen und aufrechtzuerhalten. Er ist auf Beziehungen angewiesen und möchte sozial gut integriert sein. Somit ist es nicht verwunderlich, dass das soziale Umfeld einen Einfluss auf das Ernährungsverhalten von Individuen nimmt. Das Entstehen eines Zugehörigkeitsgefühls wirkt sich positiv auf die intrinsische Motivation gegenüber spezifischen Aktivitäten im Gruppenzusammenhang aus.

⇒ **Welcher Einfluss übt das nahe soziale Umfeld auf die tägliche Menüwahl der potenziellen NutzerInnen aus?**

Aus den Interviews geht hervor, dass die kochenden Personen bei der Zubereitung von Menüs die Gewohnheiten, Bedürfnisse und Wünsche der Personen, für welche sie kochen, beachten. Insbesondere innerhalb der eigenen Familie übt sich dadurch ein nicht zu unterschätzender Einfluss auf die Menüwahl aus. Wenn beispielsweise eine spezifische Diät verfolgt werden möchte oder muss, hat das in der Umsetzung einen grossen Einfluss auf das Ernährungsverhalten der restlichen Familienmitglieder. Auch sich verändernde Lebenssituationen innerhalb des nahen sozialen Umfelds können einen Einfluss auf das individuelle Ernährungsverhalten haben. Charakteristisch wurden hier die Veränderungen bei Familiengründung erwähnt. Die Interviewpartnerinnen gaben mehrheitlich an, seit sie Kinder haben, vermehrt auf eine gesunde, abwechslungsreiche und ausgewogene Ernährung zu achten. Das Online-Experiment belegt, dass bei mehr als der Hälfte der Teilnehmenden (138

Personen) das nahe soziale Umfeld einen Einfluss auf die Menüwahl hat.

⇒ **Wie gross ist der Einfluss des erweiterten sozialen Umfelds auf die Menüwahl?**

Bei den Interviews wurde mehrfach erwähnt, dass ein (Erfahrungs-)Austausch mit Personen aus dem erweiterten sozialen Umfeld einen Einfluss auf das individuelle Ernährungsverhalten hat. Auch findet insbesondere unter Müttern ein Austausch zum Thema Kinderernährung statt. Inputs und Anregungen zur Ernährung von Familien mit Kindern werden gerne adaptiert. Die Interviews lassen Rückschlüsse darauf zu, dass andere als Quellen der Information beigezogen werden. Aus den Interviews könnte also auch auf den Effekt des informativen sozialen Einflusses auf das Ernährungsverhalten geschlossen werden. Dieses Ergebnis konnte im Online-Experiment jedoch nicht repliziert werden.

Die Online-Befragung belegt, dass ein Einfluss durch das erweiterte soziale Umfeld auf die Menüwahl zwar immerhin bei 93 der Teilnehmenden gegeben ist, jedoch im Vergleich zum Einfluss durch das nahe soziale Umfeld und durch unbekannte Drittpersonen (Autoren, Internet, Kochbücher, Magazine und Smartphone-Apps) geringer ausfällt.

⇒ **Inwiefern lassen sich potenzielle NutzerInnen durch unbekannte Drittpersonen bei der Menüwahl beeinflussen?**

Ideen und Inspirationen werden sehr oft aus unterschiedlichen Quellen herangezogen. Im Ernährungsbereich stehen hierfür zahlreiche Möglichkeiten zur Verfügung. Das Internet, Kochbücher, Magazine und Smartphone-Apps dienen zur Inspiration und Hilfeleistung in der Küche und werden von den Interviewpartnerinnen gerne verwendet. In der Online-Befragung gaben 136 (60,1 %) Personen an, dass das Internet, Kochbuchbücher und Ratgeber einen Einfluss auf ihre Menüwahl ausüben.

## **6.2 Reflexion**

### **6.2.1 Interviewstudie**

Um explorativ Informationen zum Thema sozialer Einfluss bei der Menüwahl und möglichen sozialen Interaktionsprozessen innerhalb einer Ernährungs-App zu erhalten, wurde die Interviewstudie durchgeführt. Für diese Studie konnten ausschliesslich weibliche Personen rekrutiert werden. Dies hängt vermutlich damit zusammen, dass gemäss verschiedenen Studienergebnissen (siehe SGE Schweizerische Gesellschaft für Ernährung, 2010), dass deutlich mehr Frauen als Männer täglich kochen. Für das vorliegende Masterprojekt war regelmässiges Kochen von zentraler Bedeutung, darum wurde die vollständig weibliche Stichprobe akzeptiert. Es wurden InterviewpartnerInnen ausgewählt, die sich unter anderem hinsichtlich ihrer ökologischen Einstellung und Denkweise anhand dreier Items aus einer Machbarkeitsstudie des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung unterscheiden (Scholl u. a., 2015). Obwohl sich die Interviewpartnerinnen hinsichtlich ihrer ökologischen Denkweise unterschieden, konnte diese Zuordnung aus den Interviewdaten nicht repliziert werden. Dies könnte zum Beispiel an der geringen Stichprobengrösse liegen oder auf sozial erwünschtes Antwortverhalten zurückgeführt werden. Aber auch, dass rein aufgrund einer evtl. eher schwach ausgeprägten ökologischen Denkweise nicht kausal darauf geschlossen werden kann, dass das persönliche Ernährungsverhalten umweltverträglich gestaltet wird. Ein weiterer Grund für die sich eher ähnelnden Interviewdaten könnte in der Vorabfestlegung von Kriterien bei der Stichprobenszusammensetzung sein. Beim selektiven Sampling besteht das Risiko, dass es sich bei den Interviewpartnern um eine Personengruppe mit gleicher Sozialisation handelt und darum ihre Antworten eher ähnlich sind. Um die Aussagekraft der Ergebnisse zu stärken, könnte die Stichprobengrösse erhöht und deutlich mehr Interviews geführt werden. Weiter könnte beispielsweise eine Skala zur Erfassung von gesellschaftlich gewünschten, aber meist seltenen Verhaltensweisen oder gesellschaftlich sanktionierten, aber häufig auftretenden Verhaltensweisen in die Befragung mit eingebaut werden. Denn soziale Erwünschtheit hat weitreichende Folgen für die Messung von Persönlichkeitsmerkmalen oder Einstellungen mittels Fragebogen oder Interviews (Kemper, Beierlein, Bensch, Kovaleva, & Rammstedt, 2012).

### **6.2.2 Experimentelle Studie**

Um die Aussagekraft des Online-Experiments zu erhöhen, hätte die Anzahl der Items pro überprüfter Thematik erhöht werden können. In der vorliegenden Studie wurde die Anzahl Items auf den geplanten 40 Items belassen, da eine durchschnittliche Bearbeitungszeit von 10 Minuten erzielt werden sollte, um den Zeitaufwand für die Teilnehmer möglichst gering zu

halten – nach dem Prinzip so wenig wie möglich, so viel wie nötig – um damit frühzeitige Abbrüche bei der Befragung zu vermeiden. Um die Reliabilität der Ergebnisse zu verbessern, wäre es eine Möglichkeit, in künftigen Studien die Anzahl Szenarien zugunsten von mehr Items pro Experimentalbedingung zu reduzieren. Die vorliegende Studie bietet mit dem statistisch relevanten Szenario C eine gute Grundlage, worauf aufgebaut werden könnte.

Aus den Daten der Interviewstudie könnten Rückschlüsse gezogen werden, dass Effekte von informativen sozialen Einflüssen auf das persönliche Ernährungsverhalten wirken. Dieser Effekt konnte im Online-Experiment nicht repliziert werden. Ein Grund könnte die geringe Trennschärfe der Experimentalbedingungen in Szenario A sein. Bei Studien, mit einem vergleichbaren methodischen Vorgehen könnte zwischen den Experimentalbedingungen eine deutlich höhere Trennschärfe angestrebt werden. Die Szenariobilder müssen sich in hinreichendem Masse unterscheiden, wobei jedoch darauf geachtet werden muss, dass die Plausibilität der Szenarien trotzdem gegeben ist und die vorgestellten Szenarien von den Teilnehmenden als realistische Entwicklung eingeschätzt wird.

Die Wahl der Rezepte, die in den einzelnen Szenarien präsentiert wurden, kann ebenfalls einen Einfluss auf die Ergebnisse haben. Um möglichst viele Personen anzusprechen, wurden fleischlose Menüs ausgewählt, die mit geringen Anpassungen gar vegan zubereitet werden könnten. Somit ist in der breiten Masse kein kategorischer Ausschluss nötig. Es könnte aber dazu gekommen sein, dass nicht vegetarische Personen bei der Präsentation von drei fleischlosen Menüs die Attraktivität aufgrund persönlicher Ernährungsvorlieben geringer eingestuft haben. Mit zusätzlichen Daten zu den allgemeinen Ernährungsgewohnheiten, zu Diät- und Ernährungseinschränkungen könnte dieser mögliche Störfaktor auf die abhängige Variable kontrolliert werden.

Hinterfragt werden muss beim Online-Experiment zudem die Repräsentativität der Stichprobe. Mit 226 Datensätzen fällt diese eher gering aus und führt dazu, dass gegebenenfalls weitere, kleinere Effekte aufgrund der Stichprobengrösse nicht nachgewiesen werden konnten. Auch bei dem Online-Experiment wurde die Stichprobe durch weibliche Teilnehmende dominiert. Zudem ist anzumerken, dass trotz Einbezug des beruflichen und privaten Netzwerks der Autorin und der Verbreitung des Links zum Online-Experiment auf Social-Media-Kanälen, etwa die Hälfte der Teilnehmenden Studierende waren. In weiterführenden Studien müssten somit die hier präsentierten Ergebnisse an einer grösseren und repräsentativeren Stichprobe verifiziert werden.

### **6.3 Limitationen und Ausblick**

Im vorliegenden Masterprojekt konnten die Problemfelder aus dem Bereich Ernährung, mit dem Fokus der Auswirkungen auf die persönliche Gesundheit von KonsumentInnen sowie auf die aus der Ernährung resultierenden Umweltbelastungen, in einem überschaubaren Forschungsrahmen thematisiert werden. Mit einer bewussten Menüwahl und dem Verzehr von Lebensmitteln, die sowohl umweltschonend als auch sozial verträglich produziert wurden, kann ein bedeutender Beitrag zur persönlichen Gesundheit, zum Wohlbefinden und der Reduktion von Umweltbelastungen geleistet werden.

Diese Arbeit hat vor allem in den Interviews aufgezeigt, dass KonsumentInnen im Allgemeinen offen sind gegenüber neuen Kommunikationstechnologien, die bei der Menüwahl hinsichtlich nachhaltiger und gesunder Ernährung Unterstützung bieten.

Es konnte bestätigt werden, dass NutzerInnen durch vorherrschende soziale Normen bei Ihrer Menüwahl beeinflussbar sind. Was ein wichtiger Hinweis darauf sein kann, dass mobile Applikationen (Apps) ohne soziale Interaktionsprozesse nicht ausreichen, um eine Veränderung im (Ernährungs-) Verhalten bei KonsumentInnen zu bewirken.

Auf Basis der vorliegenden Ergebnisse empfiehlt es sich, weiter zu untersuchen, wie eine optimale Ausgestaltung normativer Einfluss Situationen innerhalb der MyFoodways-App konkret aussehen könnten um die gesunde und nachhaltige Ernährung bei NutzerInnen zu fördern.

## Literaturverzeichnis

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. New Jersey: Pearson.
- Aronson, E., Wilson, T.D. & Akert, R.M. (2004). *Sozialpsychologie* (4. Aufl.). München: Pearson.
- Bamberg, S. & Schmidt, P. (1993). Verkehrsmittelwahl - eine Anwendung der Theorie geplanten Verhaltens. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 24, 25–37.
- Beer, S. (2006). Kulturtechnik Essen und Trinken. In AgrarBündnis (Hrsg.), *Der kritische Agrarbericht 2006* (S. 269–274). München: ABL Verlag.
- Bortz, J. & Schuster, C. (2010). *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler* (7. Aufl.). Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
- Bundesamt für Statistik BFS. (2014). *Die sozialen Netzwerke - nicht nur eine Sache der Jugendlichen*. Abgerufen von <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/actualites/quoi-de-neuf.assetdetail.37832.html> [22.06.2018].
- Bundesamt für Statistik BFS. (2018). *Mobile Internetnutzung*. Abgerufen von <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/informationsgesellschaft/gesamtindikatoren/haushalte-bevoelkerung/mobile-internetnutzung.html> [22.06.2018].
- Bundesamt für Umwelt BAFU. (2012). *Natürliche Ressourcen in der Schweiz Umwelt*. Abgerufen von [http://issuu.com/bundesamt-fuer-umwelt-bafu/docs/umwelt\\_1-12?viewMode=magazine&mode=embed](http://issuu.com/bundesamt-fuer-umwelt-bafu/docs/umwelt_1-12?viewMode=magazine&mode=embed) [22.06.2018].
- Cialdini, R.B., Kallgren, C.A. & Reno, R.R. (1991). A focus theory of normative conduct: A theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human behavior. *Advances in experimental social psychology*, 24, 201-234.
- Cialdini, R.B. & Trost, M.R. (1998). Social influence: Social norms, conformity and compliance. In D.T. Gilbert, S.T. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (S. 151–192). New York: McGraw-Hill.
- Cialdini, R.B. & Goldstein, N.J. (2004). Social Influence: Compliance and Conformity. *Annual Review of Psychology*, 55, 591–621.

- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Science* (2nd ed.). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Conner, M. & Armitage, C.J. (1998). Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research. *Journal of Applied Social Psychology, 28*(15), 1429–1464.
- Conner, M., Norman, P. & Bell, R. (2002). The theory of planned behavior and healthy eating. *Health Psychology, 2*(21), 194–201.
- Diekmann, A. & Voss, T. (2008). Soziale Normen und Reziprozität - Die Bedeutung "sozialer" Motive für die Rational-Choice-Erklärung sozialer Normen. In A. Diekmann, K. Eichner, P. Schmidt & T. Voss (Hrsg.), *Rational Choice: Theoretische Analysen und empirische Resultate* (S. 83–100). Wiesbaden: VS Verlag.
- Doll, J. & Jonas, K. (1996). Eine kritische Bewertung der Theorie überlegten Handelns und der Theorie geplanten Verhaltens. *Zeitschrift für Sozialpsychologie, 1*(27), 18–31.
- Eberle, U., Fritsche, U.R., Hayn, D., Rehaag, R., Simshäuser, U., Stiess, I. & Waskow, F. (2005). *Nachhaltige Ernährung. Ziele, Probleme und Handlungsbedarf im gesellschaftlichen Handlungsumfeld Umwelt - Ernährung - Gesundheit. Diskussionspapier*. Abgerufen von <https://www.isoe.de/uploads/media/ernaehrungswende-dp4-2005.pdf> [22.06.2018].
- Empacher, C. (2003). *Was kommt auf den Teller? Lebensstile und nachhaltige Ernährung*. Abgerufen von <http://orgprints.org/000001701/> [22.06.2018].
- Endl, R., Jäschke, T., Thiel, C. & Wickinghoff, D.V. (2015). *mHealth im Kontext des elektronischen Patientendossiers – Eine Studie im Auftrag von eHealth Suisse*. Abgerufen von [https://www.e-health-suisse.ch/fileadmin/user\\_upload/Dokumente/2015/D/150309\\_Bericht\\_FHSG\\_mHealth\\_D.pdf](https://www.e-health-suisse.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/2015/D/150309_Bericht_FHSG_mHealth_D.pdf) [22.06.2018].
- Endres, E.M. (2018). *Ernährung in Sozialen Medien Inszenierung, Demokratisierung, Trivialisierung*. Wiesbaden: Springer VS.
- SGE Schweizerische Gesellschaft für Ernährung. (2010). *Ess-Trends im Fokus Eine Initiative von Coop mit fachlicher Unterstützung der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung*. Abgerufen von [www.coop.ch/pb/site/medien/get/params\\_Dattachment/.../Studienbericht\\_IV\\_d.pdf](http://www.coop.ch/pb/site/medien/get/params_Dattachment/.../Studienbericht_IV_d.pdf) [22.06.2018].

- Fischer, P., Asal, K. & Krueger, J.I. (2013). *Sozialpsychologie*. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Foodways. (2016). *Für eine genussvolle, gesunde und nachhaltige tägliche Ernährung*. Abgerufen von <http://www.foodways.ch/my-food-skills-de/> [22.06.2018].
- Gigerenzer, G., Schlegel-Matthies, K. & Wagner, G.G. (2016). *Digitale Welt und Gesundheit. eHealth und mHealth - Chancen und Risiken der Digitalisierung im Gesundheitsbereich*. Abgerufen von [https://telemedallianz.de/pdf/studien/01192016\\_Digitale\\_Welt\\_und\\_Gesundheit.pdf](https://telemedallianz.de/pdf/studien/01192016_Digitale_Welt_und_Gesundheit.pdf) [22.06.2018].
- Götze, U. (1993). *Szenario-Technik in der strategischen Unternehmensplanung*. (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Hermann, P.C., Roth, D.A. & Polivy, J. (2003). Effects of the Presence of Others on Food Intake: A Normative Interpretation. *Psychological Bulletin*, 126(6), 873–886.
- Hewstone, M. & Martin, R. (2014). *Sozialer Einfluss*. In *Sozialpsychologie* (6. Aufl.). Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
- Higgs, S. (2015). Social norms and their influence on eating behaviors. *Appetite*, 86, 38–44.
- Jungbluth, N. (2000). *Umweltfolgen des Nahrungsmittelkonsums: Beurteilung von Produktmerkmalen auf Grundlage einer modularen Ökobilanz*. Abgerufen von <https://www.oeko.de/oekodoc/80/2000-012-de.pdf> [22.06.2018].
- Jungbluth, N. & Faist Emmenegger, M. (2004). *Ernährung und Umwelt: VerbraucherInnen können viel zur Entlastung der Umwelt beitragen*. Abgerufen von [esu-services.ch/fileadmin/download/jungbluth-2004-umweltfolgen-ernaehung.pdf](http://esu-services.ch/fileadmin/download/jungbluth-2004-umweltfolgen-ernaehung.pdf) [22.06.2018].
- Jungbluth, N., Itten, R. & Stucki, M. (2012). *Umweltbelastungen des privaten Konsums und Reduktionspotenziale Schlussbericht*. Abgerufen von [esu-services.ch/fileadmin/download/jungbluth-2012-Reduktionspotenziale-BAFU.pdf](http://esu-services.ch/fileadmin/download/jungbluth-2012-Reduktionspotenziale-BAFU.pdf) [22.06.2018].
- Kals, E., Müller, F.H. & Becker, R. (2010). *Enzyklopädie der Psychologie Spezifische Umwelten und umweltbezogenes Handeln* (2. Aufl.). Göttingen Bern Toronto Seattle: Hogrefe Verlag für Psychologie.

- Kara, C. & Tsang, L. (2011). Promote healthy eating among adolescents: a Hong Kong study. *Journal of Consumer Marketing*, 28(5), 354–362.
- Keller, U., Battaglia Richi, E., Beer, M., Darioli, R., Meyer, K., Renggli, A., Römer-Lüthi, C. & Stoffel-Kurt, N. (2012). *Sechster Schweizer Ernährungsbericht*. Bern: Bundesamt für Gesundheit.
- Kemper, C. J., Beierlein, C., Bensch, D., Kovaleva, A. & Rammstedt, B. (2012). Eine Kurzsкала zur Erfassung des Gamma-Faktors sozial erwünschten Antwortverhaltens: Die Kurzsкала Soziale Erwünschtheit-Gamma. In *GESIS Working Paper 2012*, 25. Köln: GESIS.
- Klenke, B., & Peters, T. (2016). eHealth und mHealth in der Gesundheitsförderung. In A. Ghadiri, A. Ternès & T. Peters (Hrsg.), *Trends im Betrieblichen Gesundheitsmanagement Ansätze aus Forschung und Praxis* (S. 107–122). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Lang, G. & Spicker, I. (2011). Kommunale Gesundheitsförderung für Ältere in österreichischen Gemeinden. *Prävention und Gesundheitsförderung*, 6, 27–33.
- Lucht, M., Bredekamp, R., Boeker, M. & Kramer, U. (2013). *Gesundheits- und Versorgungs-Apps Hintergründe zu deren Entwicklung und Einsatz*. Abgerufen von [https://www.uniklinik-freiburg.de/fileadmin/mediapool/09\\_zentren/studienzentrum/pdf/Studien/150331\\_TK-Gesamtbericht\\_Gesundheits-und\\_Versorgungs-Apps.pdf](https://www.uniklinik-freiburg.de/fileadmin/mediapool/09_zentren/studienzentrum/pdf/Studien/150331_TK-Gesamtbericht_Gesundheits-und_Versorgungs-Apps.pdf) [22.06.2018].
- Maslow, A. H. (1981). *Motivation und Persönlichkeit*. Reinbek bei Hamburg: rororo - Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Mayring, P. (2008). *Qualitative Inhaltsanalyse*. Weinheim: Beltz Verlag.
- Müller, M. (2015). *50 Jahr Ernährungsempfehlung Die Ernährung im Wandel der Zeit*. Abgerufen von <http://www.sge-ssn.ch/media/Tabula-3-15-D-Report.pdf> [22.06.2018].
- Oltersdorf, U. & Ecke, J. (2003). *Entwicklungstendenzen bei Nahrungsmittelnachfrage und ihre Folgen*. Abgerufen von [https://www.openagrar.de/servlets/MCRFileNodeServlet/Document\\_derivate\\_00000489/W1651.pdf](https://www.openagrar.de/servlets/MCRFileNodeServlet/Document_derivate_00000489/W1651.pdf) [22.06.2018].
- Pliner, P. & Hobden, K. (1992). Development of a Scale to Measure the Trait of Food Neophobia in Humans. *Appetite*, 19, 105–120.
- Pötting, G. & Eissing, G. (2013). Ernährungserziehung in der Grundschule Kompetenzen und ihre Evaluation. *Prävention und Gesundheitsförderung*, 4, 240-245.

- Reisch, L., Eberle, U. & Lorek, S. (2013). Sustainable food consumption: an overview of contemporary issues and policies. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 9(2), 7–25.
- Roth, D.A., Hermann, C.P., Polivy, J. & Pliner, P. (2001). Self-presentational conflict in social eating situations: a normative perspective. *Appetite*, 23(2), 165-171.
- Schnellbacher, C. (2017). *Ernährungskompetenz in Familien (EFA) - Eine empirische Untersuchung*. Abgerufen von [http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2018/13456/pdf/SchnellbaecherCarina\\_2017\\_11\\_12.pdf](http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2018/13456/pdf/SchnellbaecherCarina_2017_11_12.pdf) [22.06.2018].
- Scholl, G., Gossen, M., Holzhauer, B. & Schipperges, M. (2015). *Mit welchen Kenngrößen kann Umweltbewusstsein heute erfasst werden? – Eine Machbarkeitsstudie*. Abgerufen von [https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1968/publikationen/mit\\_welchen\\_kenngrößen\\_kann\\_umweltbewusstsein\\_heute\\_ermittelt\\_werden\\_eine\\_machbarkeitsstudie\\_final.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1968/publikationen/mit_welchen_kenngrößen_kann_umweltbewusstsein_heute_ermittelt_werden_eine_machbarkeitsstudie_final.pdf) [22.06.2018].
- Schweizerischer Nationalfond zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung. (2012). *Gesunde Ernährung und nachhaltige Lebensmittelproduktion. (Nationales Forschungsprogramm NFP 69)*. Abgerufen von [http://www.snf.ch/SiteCollectionDocuments/nfp/nfp69/nfp69\\_ausfuehrungsplan\\_d.pdf](http://www.snf.ch/SiteCollectionDocuments/nfp/nfp69/nfp69_ausfuehrungsplan_d.pdf) [22.06.2018].
- Siegrist, M., Stampfli, N. & Kastenholz, H. (2008). Consumers' willingness to buy functional foods: The influence of carrier, benefit and trust. *Appetite*, 51, 5526–5529.
- Sieverding, M., Decker, S. & Zimmermann, F. (2010). Information about low participation in cancer screening demotivates other people. *Psychological Science*, 21(7), 941–943.
- Sieverding, M., Mattered, U. & Ciccarello, L. (2010). What role do social norms play in the context of men's cancer screening intention and behavior? Application of an extended theory of planned behavior. *Health Psychology*, 29(1), 72–81.
- Stangl, W. (2018). *Deskriptive Norm*. Online Lexikon für Psychologie und Pädagogik. Abgerufen von <http://lexikon.stangl.eu/12530/deskriptive-norm/> [22.06.2018].
- Tegan, C., Bevelander, K.E. & Hermans, R.C.J. (2015). Social modeling of eating: A review of when and why social influence affects food intake and choice. *Appetite*, 86, 3–18.
- Tobler, C., Visschers, V. & Siegrist, M. (2011). Eating green. Consumers' willingness to adopt ecological food consumption behaviors. *Appetite*, 57(3), 647–682.

- Vartanian, L. R., Sokol, N., Hermann, P. C., & Polivy, J. (2013). Social Models Provide a Norm of Appropriate Food Intake for Young Women. *PLoS ONE*, *8*(11). Abgerufen von <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0079268> [22.06.2018].
- Wansink, B. & Sobal, J. (2007). Mindless Eating The 200 Daily Food Decisions We Overlook. *Environmental and Behavior*, *39*(1), 106-123.
- WWF Schweiz. (2016). *Factsheet Umweltgerecht essen – der Erde zuliebe*. Abgerufen von <https://www.wwf.ch/sites/default/files/doc-2017-09/2016-06-lehrmittel-faktenblatt-ernaehrung.pdf> [22.06.2018].
- Zöfel, P. (2013). *Statistik für Psychologen. Im Klartext*. München: Pearson Studium.

## **Anhang**

### **Anhang A: Interviewstudie**

- A. 1 Screening Fragebogen
- A. 2 Interviewleitfaden
- A. 3 Transkripte der Interviews
- A. 4 Auswertung Interviews

### **Anhang B: Experimentelle Studie**

- B. 1 Fragebogen Online-Experiment

### **Anhang C: Statistische Auswertungen**

- C. 1 Stichprobe
- C. 2 Deskriptive Statistik der Items
- C. 3 Varianzhomogenitätstest
- C. 4 Einfaktorielle multivariate Varianzanalyse (MANOVA)
- C. 5 Einfaktorielle univariate Varianzanalyse (ANOVA)
- C. 6 *t*-Test

## A. 1 Screening- Fragebogen zur Auswahl der Interviewpartner/innen

*Mein Name ist Denise Berger-Widmer, ich bin Studierende an der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW. Im Rahmen meiner Masterarbeit führe ich als erste Teilstudie explorative Interviews durch. Gegenstand dieser Interviews ist eine Ernährungs-App welche NutzerInnen darin unterstützen soll, sich nachhaltig und gesund zu Ernähren.*

*Nachfolgend stelle ich Ihnen gerne zehn Fragen. Bitte beantworten Sie diese offen und spontan, es gibt keine richtigen oder falschen Antworten. Die Beantwortung der Fragen dauert etwa vier Minuten. Die Angaben werden bei der Auswertung anonymisiert und lassen im weiteren Verlauf des Projekts keine Rückschlüsse auf ihre Person zu.*

*Mit diesen ersten kurzen Fragen wird ermittelt, ob sie zur Zielgruppe der Interviews zählen. Ihre Beantwortung sowie die allfällige Teilnahme an einem ausführlichen Interview unterstützen mich und dieses Masterprojekt sehr.*

*Vielen Dank, dass Sie sich Zeit dafür nehmen.*

1. Bitte geben Sie an wie alt Sie sind.
  - \_\_\_\_ in Jahren
2. Wie viele Personen leben in ihrem Haushalt?
  - Wie viele davon sind Kinder?
3. Sind sie zurzeit berufstätig?
  - Vollzeit?
  - Teilzeit?
  - Studierende/r?
4. Wie häufig kochen oder bereiten Sie persönlich eine Mahlzeit zu?
  - Mehrmals täglich
  - Mehrmals die Woche
  - 1-mal pro Woche
  - Mehrmals pro Monat
  - 1-mal pro Monat
  - Seltener
  - Nie
5. Besitzen Sie ein Smartphone oder ein anderes mobiles Endgerät (z.B. ein Tablet) welches die Installation und Verwendung von mobilen Applikationen (Apps) zulässt?
  - Ja
  - Nein
6. Nutzen Sie regelmässig eine App?
  - Z.b. WhatsApp, SBB Mobile, Facebook ...

---

In den folgenden zwei Fragen geht es um Ihr persönliches Verhalten beim Kauf von Produkten.

Bitte geben Sie mit 1 an, wenn Sie das Genannte immer tun beziehungsweise mit 6 wenn Sie es nie tun – mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Antwort entsprechend Ihrem persönlichen Verhalten genauer abstimmen.

7. \*Bitte geben Sie an, wie häufig Sie in den letzten vier Wochen beim Kauf von Lebensmitteln und Getränken Bio-Produkte gewählt haben.
- 1 Immer
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5
  - 6 Nie
  - 7 Weiss nicht
  - Betrifft mich nicht
8. \*Wie häufig haben Sie in der letzten Woche bei Ihrer Hauptmahlzeit Fleisch gegessen?
- Nie
  - Einmal die Woche oder seltener
  - 2 bis 3 Mal pro Woche
  - 4 bis 5 Mal pro Woche
  - Täglich
9. Bitte nennen Sie mir die Gründe warum Sie nie/nur selten Fleisch essen.
- Aus gesundheitlichen Gründen
  - Dem Tier zuliebe
  - Aus religiösen Gründen
  - Aus Umweltgründen
  - Ich/wir mögen den Geschmack nicht
  - Aus finanziellen Gründen ...
10. \*Im Folgenden hören Sie drei Aussagen. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie der entsprechenden Aussage voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zustimmen.
- Zu einem guten Leben gehört für mich eine intakte natürliche Umwelt unbedingt dazu.
  - Beim Kauf achte ich auf die Nachhaltigkeit der Produkte (Umweltverträglichkeit, Langlebigkeit, faire Arbeitsbedingungen).
  - Ich achte darauf, dass ich gesunde Lebensmittel zu mir nehme.
  - Ich esse worauf ich Lust habe, unabhängig davon, ob die Lebensmittel gesund sind oder nicht.

\*Fragebogenitems aus einer Machbarkeitsstudie des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) (Scholl u.a., 2015).

## **A.2 Interviewleitfaden «Soziale Einflussituationen bei der MyFoodways-App»**

Sehr geehrte Frau/Herr ...

Vielen Dank, dass Sie sich Zeit für dieses Interview nehmen. Wie sie bereits erfahren haben, gehört dies zur Studie 1 meiner Masterarbeit. Die Interviewfragen fokussieren Ernährungsgewohnheiten und eine Ernährungs-App.

Sie können die Fragen in aller Ruhe beantworten. Dabei interessiert mich Ihre persönliche Meinung und Einstellung. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten.

Die Fragen geben den ungefähren Gesprächsverlauf vor. Es hat aber auch Platz für zusätzliche Informationen. Besonders interessante Aspekte können ebenfalls ausführlicher besprochen werden. Das Interview dauert entsprechend 45 bis 60 Minuten.

Wenn Sie einverstanden sind, würde ich das Gespräch mit dem Tonband protokollieren, um bei der Auswertung den Gesprächsverlauf nachvollziehen zu können. Ihre Angaben werden bei der Transkription der Interviews anonymisiert und vertraulich behandelt. Sie lassen im weiteren Verlauf des Projekts keine Rückschlüsse auf Ihre Person zu.

Besten Dank.

### I. Angaben zu ihrer Person

- (1) Am Telefon haben Sie angegeben, dass Ihr Haushalt aus XY Personen besteht. Kann ich davon ausgehen, dass Sie meistens Mahlzeiten für mehrere Personen / nur für sich selbst zubereiten?
- (2) Wenn Sie für mehrere Personen kochen, inwiefern bestimmen diese was sie zubereiten?
  - Auf welche Weise tun diese Personen das? (Beispiele, falls spontan nichts einfällt: direktes Ansprechen, Erfahrungen über was diese Personen gerne oder nicht gerne essen, Tipps was andere Personen oder sie selber mal zubereitet haben...).
  - Wie gehen Sie damit um?

### II. Einfluss soziales Umfeld

- (3) Bei Ihren Ernährungsentscheidungen, welchen Einfluss hat ihr ...
  - ...nahes soziales Umfeld (Familie, enge Freunde)?

- ...erweitertes soziales Umfeld (Verwandte, Freunde, Bekannte)?
  - ...haben unbekannte Drittpersonen (z.B. über Internet, Autoren)?
  - Auf einer Skala von 0 bis 10 – wie viel Einfluss nimmt ihr nahes soziales Umfeld / erweitertes soziales Umfeld / unbekannte Drittpersonen auf ihre Ernährungsentscheidungen?
  - Auf welche Weise nimmt ihr nahes soziales Umfeld / erweitertes soziales Umfeld / unbekannte Drittpersonen Einfluss auf ihre Ernährungsentscheidungen.
- (4) Gibt es Personen mit welchen Sie sich konkret zum Thema gesunde & nachhaltige Ernährung austauschen?
- In welcher Beziehung stehen Sie zu dieser/diesen Personen?
- (5) Stellen Sie sich folgende Situation vor:
- Eine gute Freundin / ein guter Freund berichtet Ihnen im Supermarkt ausführlich, dass Gemüse welches ausserhalb der eigentlichen Saison konsumiert wird, ein Vielfaches an Umweltbelastungen verursacht. Ganz anders als das im Freiland angebaute, saisonale Produkt.
- Es ist Dezember, auf ihrer Einkaufsliste stehen Zucchini. Im Regal befinden sich Zucchini aus Spanien, die im Treibhaus herangereift sind, sie sind also nicht saisonal.
- Was geht Ihnen dabei als erstes durch den Kopf?
  - Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Zucchini kaufen? Wieso?
  - Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich für ein anderes, saisonales Gemüse entscheiden? Weshalb?

### III. Applikationen (App) & soziale Interaktionsprozesse

Ein Schweizer Consulting Unternehmen entwickelte eine mobile Applikation (kurz App) welche die gesundheitsförderliche und nachhaltige Ernährung der User fördern soll. In ihrer Grundfunktion unterstützt die App mit konkreten Menüvorschlägen Konsumentinnen und Konsumenten darin, ihre Esspräferenzen und Motivationen in einfache, genussvolle und anpassungsfähige Rezepte zu verwandeln, die dabei noch nachhaltig und gesund sind.

- (6) Benutzen Sie Apps bei denen ein virtueller sozialer Austausch stattfindet? (z.B. Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest...)

- 
- Bitte beschreiben Sie mir möglichst ausführlich, wie die (einzelnen) sozialen Interaktionsprozesse aussehen.
  - Was motiviert Sie, genau diese/solche Apps zu nutzen?
- (7) Kennen und/oder sind Sie aktiv bei anderen virtuellen sozialen Interaktionsprozessen?
- Können Sie mir diese bitte beschreiben?
- (8) Angenommen Sie könnten eine App selbst programmieren, die Sie dabei unterstützt, sich nachhaltiger und gesünder zu ernähren selbst programmieren
- welche sozialen Interaktionsformen würden Sie sich wünschen? Warum?
  - würden sie implementieren? Warum genau diese?
- (9) Welche virtuellen sozialen Interaktionsprozesse würden Sie motivieren, eine App vermehrt zu nutzen? Falls keine Vorschläge der/des Interviewten kommen, zum Beispiel:
- Persönliches Feedback
  - Wettbewerb (Virtuelles Punktesystem)
- (10) Inwiefern, denken Sie, würden die virtuellen sozialen Interaktionsprozesse Ihr Ernährungsverhalten beeinflussen? (z.B. welche Lebensmittel gekauft werden, wo eingekauft wird, wie etwas zubereitet wird (Kochtechnik und/oder Rezepte), neue Produkte ausprobieren...)
- Auf einer Skala von 0 bis 10, wie gross würden Sie den Einfluss durch virtuelle soziale Interaktionsprozesse schätzen?
  - Auf welche Art würden Sie beeinflusst werden?
- (11) Welche Bedingungen muss eine App erfüllen, damit Sie sich regelmässig mit anderen Personen darin austauschen würden?
- (12) Wie wichtig ist Ihnen im Allgemeinen der soziale Austausch mit anderen Menschen?
- (13) Tauschen Sie sich über das Internet mit anderen Personen aus?
- Sind das meistens Personen, die sie bereits kennen und sowieso regelmässig treffen?
  - Tauschen Sie sich eher mit Personen aus, die Sie nur ab und zu oder selten treffen?
  - Tauschen Sie sich auch mit Personen aus, die Sie noch nie getroffen haben?

Zu welchen Zwecken tauschen Sie sich aus?

...um sich zu informieren

...um Ideen zu entwickeln

...um zu diskutieren

- ...um mehr über andere zu erfahren
- ...um andere kennen zu lernen
- ...um Dinge zu lernen
- ...um anderen Informationen anzubieten
- ...um Entscheidungen zu treffen
- ...um mein Wissen zu teilen

(14) Wie wichtig ist es für Sie, sich innerhalb einer App virtuell mit anderen NutzerInnen auszutauschen?

- 0 gar nicht wichtig / 10 sehr wichtig
- Was spricht dafür / was spricht dagegen?

Sie haben vorher angegeben, dass Sie sich mit bekannten und unbekanntem Personen / nur mit bekannten / vor allem mit unbekanntem Personen virtuell austauschen.

- Inwiefern könnten diese Personen beeinflussen welche Lebensmittel sie einkaufen und/oder zubereiten?
- Warum sind es genau diese Personen?
- Auf welche Weise könnten diese Personen dies tun? (z.B. Rezeptvorschläge, ihre Erfahrungen mit Lebensmitteln oder Kochtechniken mit Ihnen teilen, Diätziele mit Ihnen teilen z.B. Kalorienverbrauch...)

(15) Menüwahl - hätte ein physischer zwischenmenschlicher sozialer Austausch einen anderen Einfluss auf Sie als ein virtueller?

- Können Sie mir ihre Antwort bitte begründen?

(16) Wenn Sie im Internet eine Dienstleistung oder ein Produkt kaufen, lesen Sie dazu Rezensionen und/oder Empfehlungen von anderen Personen?

(17) Wie wichtig ist es Ihnen, dass Dienstleistungen und Produkte bereits von anderen Personen bewertet wurden?

- Können Sie mir ihre Antwort bitte begründen?

(18) Bitte führen Sie sich eine App zum Thema nachhaltige und gesunde Ernährung vor Augen.

Ich lege Ihnen jetzt ein paar Kärtchen vor, auf denen verschiedene soziale Einflussituationen festgehalten sind.

- Denken Sie, die Situation hätte einen Einfluss auf ihre Ernährungsentscheidung?
- Würden Sie diese App-Funktion nutzen?

- Auf welche Weise würde die App-Funktion ihre Ernährungsentscheidung beeinflussen?

<p><b>Andere App-NutzerInnen teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen</b></p>	<p><b>Die Gründung von Communities</b></p> <p>(Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten, z.B. vegane Ernährung).</p>
<p><b>Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-NutzerInnen</b></p>	<p><b>Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer NutzerInnen</b></p> <p>(„Likes“ setzen)</p>
<p><b>NutzerInnen teilen ihre Rezepte mit anderen App-Nutzenden</b></p> <p>(Teilen von Rezepten aus dem eigenen Repertoire)</p>	<p><b>Den RezeptentwicklerInnen „folgen“</b></p> <p>(z.B. jemanden welcher bei den Rezepten den Fokus auf saisonale Menüs setzt.)</p>
<p><b>NutzerInnen „ liken “ die Rezeptvorschläge des App-Anbieters</b></p>	<p><b>Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können NutzerInnen direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren Vergleichsgruppen ziehen</b></p>
<p><b>Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten</b></p>	<p><b>Standortangaben veröffentlichen</b></p> <p>(Mit den Angaben zum Wohnort können spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangebote etc. geteilt werden. Es könnten «gleichgesinnte» App-NutzerInnen bei lokalen Veranstaltungen getroffen werden.)</p>
<p><b>Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen NutzerInnen</b></p> <p>(z.B. Von Freunden oder/und unbekanntenen Personen mit ähnlichen Ernährungsgewohnheiten)</p>	

- Bitte ordnen Sie die App-Funktionen nach der für Sie empfundenen Wichtigkeit (dies in Bezug auf die soziale Beeinflussung bei Ernährungsentscheidungen).
  - Wieso haben Sie genau diese Reihenfolge gewählt?
- (19) Kennen Sie noch andere Formen von virtuellen sozialen Austausch- oder Interaktionsprozessen, welche in einer solchen App angewandt werden könnten?
- Inwiefern würden Sie diese Funktion(en) nutzen?
  - Welcher Einfluss könnte(n) diese App-Funktion(en) auf das Verhalten der KonsumentInnen haben?

- (20) Soziale Netzwerkkontakte können einen Konformitätsdruck auslösen.
- Kennen Sie dieses Phänomen?
  - Wie erleben Sie das?

#### IV. Datenschutz

- (21) Welche Informationen würden Sie in der App gerne mit anderen App-NutzerInnen teilen?
- (22) Welche Angaben anderer NutzerInnen würden Sie gerne einsehen?
- (23) Welche Informationen würden Sie auf keinen Fall teilen wollen?

#### V. Abschluss

- (24) Haben Sie sonst noch Anmerkungen?
- (25) Haben Sie noch Fragen zur Studie oder zur App?

Gerne möchte ich mich nochmals herzlich bei Ihnen für die Teilnahme an dem Interview bedanken.

### A.3 Transkripte der Interviews

Interview A mit S.V., weiblich, am 22. Januar 2018, Dauer: 50 Minuten

#### Transkript

##### Teil 1: Screening Fragen

- 1        *A: Bitte geben Sie an wie alt Sie sind?*
- 2        *B: 34 Jahre*
- 3        *A: Wie viele Personen leben in ihrem Haushalt?*
- 4        *B: Vier Personen*
- 5        *A: Wie viele davon sind Kinder?*
- 6        *B: Zwei*
- 7        *A: Sind sie zurzeit berufstätig?*
- 8        *B: Nein*
- 9        *A: Wie häufig kochen oder bereiten Sie persönlich eine Mahlzeit zu?*
- 10       *B: Mehrmals täglich*
- 11       *A: Besitzen Sie ein Smartphone oder ein anderes mobiles Endgerät (z.B. ein Tablet)*  
12       *welches die Installation und Verwendung von mobilen Applikationen (Apps) zulässt?*
- 13       *B: Ja, ich habe ein Smartphone, ein Tablet und einen Laptop*
- 14       *A: Nutzen Sie regelmässig eine App?*
- 15       *B: Ja, also nicht so häufig aber schon. Ich benutze What's App, die SBB App und*  
16       *verschiedene Sport Apps.*
- 17       *A: In den folgenden zwei Fragen geht es um Ihr persönliches Verhalten beim Kauf*  
18       *von Produkten.*
- 19       *Bitte geben Sie mit 1 an, wenn Sie das Genannte immer tun beziehungsweise mit 6*  
20       *wenn Sie es nie tun – mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Antwort*  
21       *entsprechend Ihrem persönlichen Verhalten genauer abstimmen.*
- 22       *Bitte geben Sie an, wie häufig Sie in den letzten vier Wochen beim Kauf von*  
23       *Lebensmitteln und Getränken Bio-Produkte gewählt haben.*
- 24       1 Immer
- 25       2
- 26       3
- 27       4
- 28       5
- 29       6 Nie
- 30       7 Weiss nicht
- 31       Betrifft mich nicht
- 32       *B: Nie*
- 33       *A: Wie häufig haben Sie in der letzten Woche bei Ihrer Hauptmahlzeit Fleisch*  
34       *gegessen?*
- 35       Nie
- 36       Einmal die Woche oder seltener

37 2 bis 3 Mal pro Woche

38 4 bis 5 Mal pro Woche

39 Täglich

40 **B: Vier bis fünf Mal pro Woche**

41 A: Im Folgenden hören Sie drei Aussagen. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie der  
42 entsprechenden Aussage voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht  
43 zustimmen.

44 Zu einem guten Leben gehört für mich eine intakte natürliche Umwelt unbedingt dazu

45 **B: Voll und ganz**

46 Beim Kauf achte ich auf die Nachhaltigkeit der Produkte (Umweltverträglichkeit,  
47 Langlebigkeit, faire Arbeitsbedingungen)

48 **B: Eher**

49 Ich achte darauf, dass ich gesunde Lebensmittel zu mir nehme

50 **B: Eher**

51 Ich esse worauf ich Lust habe, unabhängig davon, ob die Lebensmittel gesund sind  
52 oder nicht

53 **B: Eher**

## 54 **Teil 2: Hauptfragen**

55 A: Am Telefon haben Sie angegeben, dass Ihr Haushalt aus 4 Personen besteht.  
56 Kann ich davon ausgehen, dass Sie meistens Mahlzeiten für mehrere Personen  
57 zubereiten?

58 **B: Ja, ich koche täglich am Mittag für die Kinder und mich, am Abend für die ganze  
59 Familie**

60 A: Wenn Sie für mehrere Personen kochen, inwiefern bestimmen diese was sie  
61 zubereiten?

62 **B: Die Tochter isst mittlerweile alles, aber beim Sohn muss ich schon darauf achten,  
63 dass ich etwas koche was er auch isst. Am Anfang hat er nur die Beilagen gegessen,  
64 jetzt isst er nur noch Fleisch und keine Beilagen mehr. Und ich hoffe, irgendwann isst  
65 er dann beides.**

66 **Aber ja, ich koche meistens Nudeln, Kartoffeln oder Reis und mache dann noch  
67 etwas, was mein Sohn gerne isst. Das Gemüse koche ich separat und mische es  
68 meiner Tochter unter. Mein Mann isst eigentlich alles. Er ist da nicht so heikel.**

69 A: Auf welche Weise tun diese Personen das?

70 **B: Bei den Kindern merke ich schnell was sie gerne mögen und was eher nicht. Ich  
71 koche dann entsprechend.**

72 A: Wie gehen Sie damit um?

73 **B: Es ist nicht immer ganz einfach, aber ich versuche, es möglichst allen recht zu  
74 machen.**

75 A: Bei Ihren Ernährungsentscheidungen, welchen Einfluss hat ihr ...

76 ... nahes soziales Umfeld (Familie, enge Freunde)?

77 **B: Die Familie indem sie sagen bzw. zeigen was sie gernhaben.**

78 ... erweitertes soziales Umfeld (Verwandte, Freunde, Bekannte)?

79 **B: Indem Sinne, dass ich mich austausche und dann etwas Neues auch ausprobiere.  
80 Aber sonst nicht besonders.**

81 *Ah ja, von meinen Eltern und meinem Bruder, je nach Saison, Produkt und Angebot*  
82 *vom Bauernhof. Wir bekommen von dort frisch geerntetes Gemüse und kaufen*  
83 *Fleisch direkt von Bruders Hof.*

84 ... haben unbekannte Drittpersonen (z.B. über Internet, Autoren)?

85 *B: Viele Ideen aus dem Internet oder von Kochbüchern und Zeitschriften. Abonniert*  
86 *habe ich die Magazine Betty Bossi und Annemarie Wildeisen. Da gibt es für mich*  
87 *immer wieder neue Ideen, damit es nicht immer dasselbe gibt. Dort finde ich es gut,*  
88 *dass es halt Saisonal ist.*

89 A: Auf einer Skala von 0 bis 10 – wie viel Einfluss nimmt ihr nahes soziales Umfeld /  
90 erweitertes soziales Umfeld / unbekannte Drittpersonen auf ihre  
91 Ernährungsentscheidungen?

92 *B: Drei bis vier... was die Kinder gerne haben, neue Inspiration durch Magazine und*  
93 *Kochbücher und was wir gerade vom Bauernhof bekommen.*

94 A: Gibt es Personen mit welchen Sie sich konkret zum Thema gesunde & nachhaltige  
95 Ernährung austauschen?

96 In welcher Beziehung stehen Sie zu dieser/diesen Personen?

97 *B: Mit der Frau vom Fitness, die ist auch Ernährungsberaterin (Bekannt, aber nicht*  
98 *näher befreundet)*

99 *Auch einmal mit meinem Ehemann oder meiner Mutter (Familie). Nicht so konkret,*  
100 *aber dass wir einfach darüber reden.*

101 A: Stellen Sie sich folgende Situation vor:

102 Eine gute Freundin / ein guter Freund berichtet Ihnen im Supermarkt ausführlich, dass  
103 Gemüse welches ausserhalb der eigentlichen Saison konsumiert wird, ein Vielfaches  
104 an Umweltbelastungen verursacht. Ganz anders als das im Freiland angebaute,  
105 saisonale Produkt.

106 Es ist Dezember, auf ihrer Einkaufsliste stehen Zucchini. Im Regal befinden sich  
107 Zucchini aus Spanien, die im Treibhaus herangereift sind, sie sind also nicht saisonal.

108 Was geht Ihnen dabei als erstes durch den Kopf?

109 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Zucchini kaufen? Warum?

110 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich für ein anderes, saisonales Gemüse  
111 entscheiden? Weshalb?

112 *B: Indem konkreten Fall würde ich sie vermutlich nicht kaufen.*

113 *Aber zum Beispiel vergangenen Samstag habe ich trotzdem Zucchini gekauft, da für*  
114 *die Kinder einfach das Wintergemüse etwas schwierig ist zum Essen. So Spinat oder*  
115 *Federkohl... ich bin ehrlich gesagt nicht so ein Gemüseesser und habe die Sachen*  
116 *einfach selbst nicht wirklich gerne...*

117 *Tomaten, insbesondere Cherry Tomaten oder so habe ich manchmal auch im Winter*  
118 *zu Hause, weil es die Tochter sehr gerne hat.*

119 *Aber sonst schaue ich schon darauf, dass ich etwas aus der Schweiz kaufe.*

120 *Aber zum Beispiel Gurken kaufe ich trotzdem, weil es einfach so schwierig ist,*  
121 *sonstiges Gemüse zum Aufschneiden und direkt zu essen im Winter zu kriegen.*

122 *Natürlich, Karotten gehen immer, aber zum Beispiel Sellerie mag ich gar nicht.*

123 *Aktuell habe ich aber gerade ein paar Rezepte welche mit Federkohl sind. Die möchte*  
124 *ich mal ausprobieren.*

125 *Meine Tochter isst es vielleicht, der Kleine vermutlich nicht.*

126 A: Ein Schweizer Consulting Unternehmen entwickelte eine mobile Applikation (kurz  
127 App) welche die gesundheitsförderliche und nachhaltige Ernährung der User  
128 ermöglichen soll. In ihrer Grundfunktion unterstützt die App mit konkreten  
129 Menüvorschlägen Konsumentinnen und Konsumenten darin, ihre Esspräferenzen  
130 und Motivationen in einfache, genussvolle und anpassungsfähige Rezepte zu  
131 verwandeln, die dabei noch gesund und nachhaltig sind.

132 A: Benutzen Sie Apps bei denen ein virtueller sozialer Austausch stattfindet? (z.B.  
133 Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest...)

134 *B: Ja, Facebook – aber nicht als App, sondern direkt auf dem Internet - und What's*  
135 *App auf dem Smartphone.*

136 A: Bitte beschreiben Sie mir möglichst ausführlich, wie die (einzelnen) sozialen  
137 Interaktionsprozesse aussehen.

138 *B: Im generelle steht viel Unnützes darin. Ich bin aktiv bei Facebook bei den*  
139 *Sternentalern. Dort lese ich viele Beiträge zum Beispiel über Sturmfamilien oder wenn*  
140 *Sie jemanden Suchen der etwas backt für die Sturmkinder. Oder von Herzensbilder,*  
141 *das heisst wenn ein Kind oder eine Mami oder Papi stirbt wird es noch fotografiert und*  
142 *dann schreiben sie manchmal ihre Geschichten dazu.*

143 A: Liest Du nur oder findet zwischen Dir und anderen einen konkreten Austausch  
144 statt?

145 *B: Meistens lese ich nur, ich bin nicht die, die aktiv etwas hineinschreibt oder jeden*  
146 *Beitrag kommentieren muss. Wenn ich etwas übernehmen kann, zum Beispiel eine*  
147 *Geburtstagstorte backen, dann melde ich mich. Oder wenn jemand Geburtstag hat,*  
148 *dann schreibe ich eine Nachricht.*

149 A: Was motiviert Sie, genau solche Apps zu nutzen?

150 *B: Um mich einfach etwas „auf dem Laufenden“ zu halten. Aber bei dem, was die*  
151 *Leute manchmal persönlich schreiben denke ich eher, sie sollten es sein lassen.*

152 *Oder auch einfach, wenn ich was suche.*

153 A: Kennen und/oder sind Sie aktiv bei anderen virtuellen sozialen  
154 Interaktionsprozessen?

155 *B: Nein, eigentlich nicht.*

156 A: Angenommen Sie könnten eine App, die Sie dabei unterstützt, sich nachhaltiger  
157 und gesünder zu ernähren selbst programmieren, welche sozialen Interaktionsformen  
158 würden Sie sich wünschen? Warum?

159 würden sie implementieren? Warum genau diese?

160 *B: Abgesehen davon, dass ich keine Ahnung von App implementieren habe ☺...  
161 Vielleicht dass ich etwas eingeben kann (vorhandenes Lebensmittel) und dann gezielt  
162 Vorschläge kommen. Etwas das gesund ist aber trotzdem gut schmeckt, also nicht  
163 nur Tofu und ähnliches... Also eine ausgewogene Ernährung die gesund und lecker  
164 ist. Das wäre mir eine Hilfe.*

165 *Weitere Ideen habe ich eigentlich nicht.*

166 A: Welche virtuellen sozialen Interaktionsprozesse würden Sie motivieren, eine App  
167 vermehrt zu nutzen?

168 *B: Ich glaube nicht, dass ich eine App wegen sozialen Interaktionsprozessen  
169 vermehrt nutzen würde. Aber es ist noch schwierig zu sagen. Es könnten ja auch  
170 Leute gute Vorschläge machen die gesund sind. Aber das wäre nicht der Hauptgrund  
171 für mich so eine App runter zu laden. Das wäre dann halt einfach noch so. Ist aber  
172 nicht etwas, was ein Muss ist für mich.*

- 173 *Ich wäre nicht diejenige die sagt was sie gekocht hat, darum ist es mir nicht so wichtig.*  
174 *Manchmal sehe ich auch auf Facebook was die Leute kochen, dann sieht man ein*  
175 *bisschen Nudeln, ein Stück Fleisch und Gemüse, das ist dann ja nicht wirklich etwas*  
176 *Besonderes.*
- 177 *Wenn mal jemand was wirklich Spezielles macht dann ist es okay. Aber ist jetzt nicht*  
178 *grad so meins.*
- 179 A: Würde Sie eine Art Wettbewerb (Virtuelles Punktesystem) interessieren /  
180 motivieren eine App vermehrt zu nutzen?
- 181 *B: Ich glaube das wäre mir so ziemlich egal.*
- 182 A: Inwiefern, denken Sie, würden die virtuellen sozialen Interaktionsprozesse Ihr  
183 Ernährungsverhalten beeinflussen? (z.B. welche Lebensmittel gekauft werden, wo  
184 eingekauft wird, wie etwas zubereitet wird (Kochtechnik und/oder Rezepte), neue  
185 Produkte ausprobieren...)
- 186 Auf einer Skala von 0 bis 10, wie gross würden sie den Einfluss durch virtuelle soziale  
187 Interaktionsprozesse schätzen?
- 188 *B: Für mich spielt es keine Rolle ob die Vorschläge von den App-Anbietern kommen*  
189 *oder von anderen Nutzern.*
- 190 Auf welche Art würden Sie beeinflusst werden?
- 191 *B: Ich glaube nicht, dass es einen speziellen Einfluss hat.*
- 192 A: Welche Bedingungen muss eine App erfüllen, damit Sie sich regelmässig mit  
193 anderen Personen darin austauschen würden?
- 194 *B: Nichts besonders, es ist mir nicht wirklich wichtig einen sozialen Austausch*  
195 *innerhalb der App zu haben.*
- 196 A: Wie wichtig ist Ihnen im Allgemeinen der soziale Austausch mit anderen  
197 Menschen?
- 198 *B: Im Allgemeinen schon sehr wichtig. Vor allem wenn ich nur mit den Kindern*  
199 *zu Hause bin. Ich sage manchmal zu meinem Mann am Abend, „mein Gott“ zu viel nur*  
200 *mit den Kindern und beginne schon fast zu reden wie die Kinder.*
- 201 *Ja, also schon sehr wichtig, sonst bin ich immer im Gleichen drin.*
- 202 A: Tauschen Sie sich über das Internet mit anderen Personen aus?
- 203 *B: Ja, mal was schreiben oder so.*
- 204 A: Sind das meistens Personen, die sie bereits kennen und sowieso regelmässig  
205 treffen?
- 206 *B: Ja, schon.*
- 207 A: Tauschen Sie sich eher mit Personen aus, die Sie nur ab und zu oder selten  
208 treffen?
- 209 *B: Oder mit Personen die ich kenne, aber nicht so häufig sehe.*
- 210 A: Tauschen Sie sich auch mit Personen aus, die Sie noch nie getroffen haben?
- 211 *B: Eigentlich gar nicht. Vielleicht mal bei Sternentaler, dort gibt es verschiedene*  
212 *Gruppen und ich bin in der Backgruppe dabei. Dort schreibe ich auch einmal einen*  
213 *Kommentar, wenn jemand eine Torte gemacht hat. Oder frage nach, hey wie hast Du*  
214 *das gemacht oder gebe ein Feedback, dass es toll aussieht. Und diese Personen*  
215 *kenne ich dann nicht persönlich, das stimmt. Das ist eigentlich das einzige.*
- 216 A: Zu welchen Zwecken tauschen Sie sich aus?
- 217 ...um sich zu informieren
- 218 ...um Ideen zu entwickeln

- 219 ...um zu diskutieren
- 220 ...um mehr über andere zu erfahren
- 221 ...um andere kennen zu lernen
- 222 ...um Dinge zu lernen
- 223 ...um anderen Informationen anzubieten
- 224 ...um Entscheidungen zu treffen
- 225 ...um mein Wissen zu teilen
- 226 **B: Am ehesten um mich zu informieren**
- 227 A: Wie wichtig ist es für Sie, sich innerhalb einer App virtuell mit anderen Nutzerinnen
- 228 und Nutzer auszutauschen?
- 229 0 gar nicht wichtig / 10 sehr wichtig
- 230 **B: Vielleicht zwei, eigentlich eher unwichtig**
- 231 A: Was spricht dafür / Was spricht dagegen?
- 232 **B: Klar ist es schön, wenn gute Inputs und Ideen von anderen gesehen werden**
- 233 **können. Jedoch gibt es viel, dass einfach unnötig ist und mich nicht interessiert.**
- 234 A: Sie haben vorher angegeben, dass Sie sich vor allem mit bekannten Personen
- 235 virtuell austauschen.
- 236 Inwiefern könnten diese Personen beeinflussen welche Lebensmittel sie einkaufen
- 237 und/oder zubereiten?
- 238 **B: Kleiner bis fast keinen Einfluss. Vielleicht setze ich mal eine Idee um, aber es spielt**
- 239 **mir keine Rolle ob diese von anderen Nutzenden oder von einem App Anbieter sind.**
- 240 A: Auf welche Weise könnten diese Personen dies tun? (z.B. Rezeptvorschläge, ihre
- 241 Erfahrungen mit Lebensmitteln oder Kochtechniken mit Ihnen teilen, Diätziele mit
- 242 Ihnen teilen (z.B. Kalorienverbrauch) ...)
- 243 **B: Evtl. mit Rezeptvorschlägen**
- 244 A: Bei Ihrer Menüwahl - Hätte ein physischer zwischenmenschlicher sozialer
- 245 Austausch einen anderen Einfluss auf Sie als ein virtueller?
- 246 **B: Vermutlich nicht, nein, ich glaube nicht.**
- 247 A: Können Sie mir ihre Antwort bitte begründen?
- 248 **B: Das finde ich sehr schwierig, aber ich glaube nicht.**
- 249 A: Wenn Sie im Internet eine Dienstleistung oder ein Produkt kaufen, lesen Sie dazu
- 250 Rezensionen und/oder Empfehlungen von anderen Personen?
- 251 **B: Ja, meistens schon, das heisst wenn es welche hat. Es ist manchmal schwierig,**
- 252 **denn die Einen schreiben sehr gut und die Anderen schreiben manchmal einen totalen**
- 253 **Mist. Aber meistens lese ich es schon, einmal quer durch alles durch und nehme dann**
- 254 **den Mittelwert.**
- 255 A: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Dienstleistungen und Produkte bereits von anderen
- 256 Personen bewertet wurden?
- 257 Können Sie mir ihre Antwort bitte begründen?
- 258 **B: Es ist nicht unbedingt erforderlich. Aber wenn es welche hat dann lese ich diese**
- 259 **und sonst eben nicht. Je nachdem wie gut ich mich in dem Bereich auskenne oder**
- 260 **nicht ist es entsprechend mehr oder weniger hilfreich.**
- 261 A: Bitte führen Sie sich eine App zum Thema gesunde & nachhaltige Ernährung vor
- 262 Augen.

- 263 Ich lege ihnen jetzt ein paar Kärtchen vor, auf denen verschiedene soziale  
264 Einflussituationen festgehalten sind.
- 265 Denken Sie, die Situation hätte einen Einfluss auf ihre Ernährungsentscheidung?  
266 Würden Sie diese App-Funktion nutzen?
- 267 Auf welche Weise würde die App-Funktion ihre Ernährungsentscheidung  
268 beeinflussen?
- 269 A: Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über  
270 Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.
- 271 *B: Ich denke ich würde es lesen, aber einen Einfluss? Ich glaube schlussendlich ist  
272 es sowieso Geschmacksache und ich koche was ich gerne mag. Auch wenn jemand  
273 sagt, dass sei jetzt sensationell, zum Beispiel ein Peperoni Auflauf, würde ich das  
274 trotzdem nicht machen, weil ich es nicht gerne habe. Aber lesen würde ich es  
275 wahrscheinlich.*
- 276 *Vermutlich würde ich diese Funktion aber schon nutzen, das heisst, die Rezensionen  
277 lesen.*
- 278 A: Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos & Videos durch App-Nutzende
- 279 *B: Ja, zum Beispiel für die Zubereitung, ich bin nicht diejenige welche gutes Fleisch  
280 kochen kann, also einfach „Blätzli“ geht aber zum Beispiel einen Braten oder  
281 Schmorbraten könnte ich nicht aus dem Stehgreif. Also für solche Sachen wäre es  
282 sicher nützlich. Mit Anleitung wie man etwas zubereitet.*
- 283 *Diese Funktion würde nutzen.*
- 284 A: Die Gründung von Communities. (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu  
285 Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten, z.B. Vegane Ernährung).
- 286 *B: Am ehesten eine Community zu saisonalem kochen oder eine Gruppe für  
287 Personen die speziell für Kinder kochen. Insbesondere für Z'Vieri Ideen im  
288 Herbst/Winter da es dann besonders schwierig ist. Nüsse sollten die Kinder zum  
289 Beispiel nicht essen und im Sommer gibt es generell viel mit frischen Früchten aber  
290 im Winter ist dies schwieriger.*
- 291 *Ja, evtl. würde ich diese Funktion nutzen.*
- 292 A: Nutzerinnen und Nutzer teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit  
293 anderen App Nutzenden. (Teilen von Rezepten aus dem eigenen Repertoire)
- 294 *B: Ja, vor allem dann, wenn vielleicht Vorschläge für die Verwendung von anderen  
295 Produkten einem Menü zugefügt werden. Beispielsweise Ersatz für Peperoni.*
- 296 A: Nutzerinnen und Nutzer „ liken“ die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.
- 297 *B: Ich würde wahrscheinlich auch ab und zu „ liken“, ja, ich glaube schon. Ob ich dann  
298 wirklich darauf schauen würde, und es einen Einfluss auf meine Menüentscheidung  
299 hätte, weiss ich nicht.*
- 300 A: Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer Nutzerinnen  
301 und Nutzer. („Likes“ setzen).
- 302 *B: Auch hier, würde ich wahrscheinlich ab und zu „ liken“. Es spielt mir keine Rolle ob  
303 die Rezeptvorschläge vom App Anbieter oder von Nutzenden sind.*
- 304 A: Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten
- 305 *B: Nein, nicht über eine Ernährungs-App.*
- 306 *Evtl. einfach über die Communities, wenn etwas Spezielles vorliegt, zum Beispiel eine  
307 Allergie. Für die normale Küche eher nicht, aber wenn eine spezielle Küche  
308 berücksichtigt werden muss, scheint es eine gute Idee zu sein.*

- 309 A: Den Rezeptentwickler zu „folgen“. (z.B. jemanden welcher bei den Rezepten den  
310 Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
- 311 B: *Vermutlich eher nicht, für mich macht dann die App weniger Sinn, wenn ich nur  
312 einzelnen Rezeptentwicklern folge. Die Breite macht es interessant für mich.*
- 313 A: Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können Nutzerinnen und  
314 Nutzer direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren  
315 Vergleichsgruppen ziehen.
- 316 B: *Nein, das würde ich nicht nutzen.*
- 317 A: Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen Nutzerinnen und Nutzer. (z.B.  
318 von Freunden oder/und unbekanntenen Personen mit ähnlichen  
319 Ernährungsgewohnheiten)
- 320 B: *Vielleicht, ist mir aber nicht so wichtig*
- 321 A: Standortangaben veröffentlichen (Mit den Angaben zum Wohnort können  
322 spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangaben etc. geteilt werden. Es  
323 könnten „gleichgesinnte“ App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen  
324 werden.)
- 325 B: *Vielleicht für Hinweise zu einem Markt in der Region, sonst wohl eher nicht. Um  
326 jemanden zu treffen kann ich auch sonst abmachen.*
- 327 A: Bitte ordnen Sie die App-Funktionen nach der für Sie empfundenen Wichtigkeit  
328 (dies in Bezug auf die soziale Beeinflussung bei Ernährungsentscheidungen).

<b>NutzerInnen teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit anderen App Nutzenden.</b>
<b>Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.</b>
<b>Die Gründung von Communities</b> (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten)
<b>Den RezeptentwicklerInnen «folgen».</b> (z.B. jemand welcher bei den Rezepten den Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
<b>Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten.</b>
<b>Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-Nutzende.</b>
<b>Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer Nutzerinnen und Nutzer («Likes» setzen).</b>
<b>NutzerInnen « liken » die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.</b>
<b>Standortangaben veröffentlichen</b> (Mit den Angaben zum Wohnort können spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangebote etc. geteilt werden. Es können «gleichgesinnte» App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen werden.)
<b>Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können Nutzerinnen und Nutzer direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren Vergleichsgruppen ziehen.</b>
<b>Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen NutzerInnen</b> (z.B. von Freunden oder/und unbekanntenen Personen mit ähnlichen Ernährungsgewohnheiten)

- 329 A: Kennen Sie noch andere Formen von virtuellen sozialen Austausch- oder  
330 Einflussituationen, welche in einer solchen App angewandt werden könnten?
- 331 B: *Nein, nichts Besonderes. Ausser die Idee mit der Community für Betroffene welche  
332 eine spezielle Ernährung zwingend benötigen. Dann sind spezifische Rezeptideen  
333 sicherlich sehr hilfreich.*
- 334 A: Soziale Netzwerkkontakte können einen Konformitätsdruck auslösen. Kennen Sie  
335 dieses Phänomen?

- 336 *B: Nicht zwingend von mir selbst, aber wenn es gibt diesen sicher. Ich tausche mich*  
337 *eher aus, ziehe aber weniger Vergleiche zwischen mir und anderen, jeder ist wie er*  
338 *ist.*
- 339 A: Welche Informationen würden Sie in der App gerne mit anderen Usern teilen?
- 340 *B: Einfach spezifisches über das Essen.*
- 341 A: Welche Angaben anderer Nutzerinnen und Nutzer würden Sie gerne einsehen?
- 342 *B: Einfach über das Essen, ich muss nicht wissen ob es zum Beispiel ein Mann oder*  
343 *eine Frau ist. Evtl. wäre noch interessant ob die Person für Kinder kocht oder nicht.*
- 344 A: Welche Informationen würden Sie auf keinen Fall teilen wollen?
- 345 *B: Würde keinen Namen, Adresse und Telefonnummer angeben. Eventuell einfach*  
346 *die Postleitzahl.*
- 347 A: Haben Sie sonst noch Anmerkungen?
- 348 *B: Nein*
- 349 A: Haben Sie noch Fragen zur Studie oder zur App?
- 350 *B: Grundsätzlich würde mich die App dann interessieren 😊*

---

**Interview B mit N.K., weiblich, am 9. Februar 2018: 58 Minuten****Transkript****Teil 1: Screening Fragen**

- 1 *A: Bitte geben Sie an wie alt Sie sind?*
- 2 *B: 38 Jahre*
- 3 *A: Wie viele Personen leben in ihrem Haushalt?*
- 4 *B: Fünf Personen*
- 5 *A: Wie viele davon sind Kinder?*
- 6 *B: Drei*
- 7 *A: Sind sie zurzeit berufstätig?*
- 8 *B: Ja, ich arbeite mit einem 60% Pensum*
- 9 *A: Wie häufig kochen oder bereiten Sie persönlich eine Mahlzeit zu?*
- 10 *B: Mehrmals pro Woche*
- 11 *A: Besitzen Sie ein Smartphone oder ein anderes mobiles Endgerät (z.B. ein Tablet)*
- 12 *welches die Installation und Verwendung von mobilen Applikationen (Apps) zulässt?*
- 13 *B: Ja*
- 14 *A: Nutzen Sie regelmässig eine App?*
- 15 *B: Ja*
- 16 *A: In den folgenden zwei Fragen geht es um Ihr persönliches Verhalten beim Kauf*
- 17 *von Produkten.*
- 18 *Bitte geben Sie mit 1 an, wenn Sie das Genannte immer tun beziehungsweise mit 6*
- 19 *wenn Sie es nie tun – mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Antwort*
- 20 *entsprechend Ihrem persönlichen Verhalten genauer abstufen.*
- 21 *Bitte geben Sie an, wie häufig Sie in den letzten vier Wochen beim Kauf von*
- 22 *Lebensmitteln und Getränken Bio-Produkte gewählt haben.*
- 23 1 Immer
- 24 2
- 25 3
- 26 4
- 27 5
- 28 6 Nie
- 29 7 Weiss nicht
- 30 Betrifft mich nicht
- 31 *B: Drei*
- 32 *A: Wie häufig haben Sie in der letzten Woche bei Ihrer Hauptmahlzeit Fleisch*
- 33 *gegessen?*
- 34 Nie
- 35 Einmal die Woche oder seltener
- 36 2 bis 3 Mal pro Woche
- 37 4 bis 5 Mal pro Woche
- 38 Täglich

39 *B: Nie*

40 A: Bitte nennen Sie mir die Gründe warum Sie nie/nur selten Fleisch essen?

41 *B: Aus gesundheitlichen Gründen und aus Umweltgründen*

42 A: Im Folgenden hören Sie drei Aussagen. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie der  
43 entsprechenden Aussage voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht  
44 zustimmen.

45 Zu einem guten Leben gehört für mich eine intakte natürliche Umwelt unbedingt dazu

46 *B: Voll und ganz*

47 Beim Kauf achte ich auf die Nachhaltigkeit der Produkte (Umweltverträglichkeit,  
48 Langlebigkeit, faire Arbeitsbedingungen)

49 *B: Eher*

50 Ich achte darauf, dass ich gesunde Lebensmittel zu mir nehme

51 *B: Eher*

52 Ich esse worauf ich Lust habe, unabhängig davon, ob die Lebensmittel gesund sind  
53 oder nicht

54 *B: Eher nicht*

## 55 **Teil 2: Hauptfragen**

56 A: Am Telefon haben Sie angegeben, dass Ihr Haushalt aus 5 Personen besteht.  
57 Kann ich davon ausgehen, dass Sie meistens Mahlzeiten für mehrere Personen  
58 zubereiten?

59 *B: Ja, wenn ich koche, dann koche ich für die ganze Familie*

60 A: Wenn Sie für mehrere Personen kochen, inwiefern bestimmen diese was sie  
61 zubereiten?

62 *B: Eigentlich bestimme ich, was es zu essen gibt. Die Kinder essen am Tisch gut und  
63 gerne mit. ...und sonst werden Sie mit Nachtisch erpresst (Lacht!). Innerhalb der  
64 Familie weiss ich, wer was nicht mag, dann gibt es das etwas seltener.*

65 A: Auf welche Weise tun diese Personen das?

66 *B: Durch ansprechen und natürlich durch die Erfahrung, was die Kinder gerne oder  
67 eben nicht so gerne mögen.*

68 A: Wie gehen Sie damit um?

69 *B: Grundsätzlich ist das kein Problem, wir haben eine abwechslungsreiche Küche.  
70 Und was ich vielleicht zuhause weniger koche, kriegen die Kinder in der  
71 Kindertagesstätte. Die KiTa hat eine „Fourchette verte“ Auszeichnung, was bedeutet,  
72 dass man sich darauf verlassen kann, dass die Kinder eine ausgewogene, gesunde  
73 Ernährung erhalten.*

74 A: Bei Ihren Ernährungsentscheidungen, welchen Einfluss hat ihr ...

75 ...nahes soziales Umfeld (Familie, enge Freunde)?

76 *B: Es beeinflusst zwar, aber nicht besonders stark*

77 ...erweitertes soziales Umfeld (Verwandte, Freunde, Bekannte)?

78 *B: Sehr wenig Einfluss*

79 ...haben unbekannte Drittpersonen (z.B. über Internet, Autoren)?

80 *B: Nein, eher nicht. Ich habe die WWF App und schaue mir dort die Rezepte an. Also  
81 hole mir konkrete Informationen, wenn ich weiss, was ich in etwa machen möchte.  
82 Demnach doch ein kleiner Einfluss, aber es prägt mich nicht in dem Sinne was ich*

83 *koche, weil ich dann eigentlich schon weiss, dass ich eine Suppe mit Wintergemüse*  
84 *kochen möchte. Ich schaue dann einfach nach einem passenden Rezept.*

85 A: Auf einer Skala von 0 bis 10 – wie viel Einfluss nimmt ihr nahes soziales Umfeld /  
86 erweitertes soziales Umfeld / unbekannte Drittpersonen auf ihre  
87 Ernährungsentscheidungen?

88 *B: Mein nahes soziales Umfeld vielleicht vier, unbekannte Drittpersonen vielleicht*  
89 *etwa zwei.*

90 A: Gibt es Personen mit welchen Sie sich konkret zum Thema gesunde & nachhaltige  
91 Ernährung austauschen?

92 In welcher Beziehung stehen Sie zu dieser/diesen Personen?

93 *B: Ja, mit einer Arbeitskollegin.*

94 A: Stellen Sie sich folgende Situation vor:

95 Eine gute Freundin / ein guter Freund berichtet Ihnen im Supermarkt ausführlich, dass  
96 Gemüse welches ausserhalb der eigentlichen Saison konsumiert wird, ein Vielfaches  
97 an Umweltbelastungen verursacht. Ganz anders als das im Freiland angebaute,  
98 saisonale Produkt.

99 Es ist Dezember, auf ihrer Einkaufsliste stehen Zucchini. Im Regal befinden sich  
100 Zucchini aus Spanien, die im Treibhaus herangereift sind, sie sind also nicht saisonal.

101 Was geht Ihnen dabei als erstes durch den Kopf?

102 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Zucchini kaufen? Warum?

103 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich für ein anderes, saisonales Gemüse  
104 entscheiden? Weshalb?

105 *B: Ich ersetze die Zucchini.*

106 *Es ist eher unwahrscheinlich, dass ich die Zucchini kaufe.*

107 *Es ist eher wahrscheinlich, dass ich ein anderes Gemüse kaufe, da ich ja den CO2*  
108 *Ausstoss reduzieren möchte.*

109 *(Beobachtung der Interviewerin, es hat Mango, Bananen und Orangen im*  
110 *Früchtekorb).*

111 A: Gibt es für Sie einen Unterschied beim Kauf/Konsum von Gemüse im Vergleich zu  
112 Früchten was die Nachhaltigkeit, bzw. „Saisonalität“ betrifft?

113 *B: Ja, ich finde beim Gemüse geht es noch, bei den Früchten jedoch finde ich es*  
114 *schwierig. Ich kann nicht immer nur Äpfel essen und die Birnen schmecken zurzeit*  
115 *ganz furchtbar und kommen mittlerweile auch nicht mehr aus der Schweiz. Die sind*  
116 *nämlich langsam durch.*

117 *Also beim Gemüse kann man noch was machen, aber bei den Früchten ist es*  
118 *schrecklich.*

119 A: Ein Schweizer Consulting Unternehmen entwickelte eine mobile Applikation (kurz  
120 App) welche die gesundheitsförderliche und nachhaltige Ernährung der User  
121 ermöglichen soll. In ihrer Grundfunktion unterstützt die App mit konkreten  
122 Menüvorschlägen Konsumentinnen und Konsumenten darin, ihre Esspräferenzen  
123 und Motivationen in einfache, genussvolle und anpassungsfähige Rezepte zu  
124 verwandeln, die dabei noch gesund und nachhaltig sind.

125 A: Benutzen Sie Apps bei denen ein virtueller sozialer Austausch stattfindet? (z.B.  
126 Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest...)

127 *B: Ja, ich benutze What's App, die App von GMX und LinkedIn. Ich glaube das ist es.*

128 A: Bitte beschreiben Sie mir möglichst ausführlich, wie die (einzelnen) sozialen  
129 Interaktionsprozesse aussehen.

130 *B: Bei What's App halt Chat mässig, Du meldest Dich mal wieder bei jemandem,*  
131 *machst ein Telefonat ab, oder Du siehst etwas und denkst, das interessiert Den oder*  
132 *Diese und dann schickst Du das. Einfach so, relativ simpel.*

133 A: Was motiviert Sie, genau solche Apps zu nutzen?

134 *B: Das es eigentlich ganz nett ist, mit unterschiedlichen Personen mehrmals am Tag*  
135 *Kontakt zu haben. Die hätte ich eigentlich ohne die App nicht. Ich telefoniere gar nicht*  
136 *so viel, beziehungsweise wüsste gar nicht wann ich Zeit dafür hätte. Im Zug schreibe*  
137 *ich aber die ganzen What's App Nachrichten.*

138 A: Kennen und/oder sind Sie aktiv bei anderen virtuellen sozialen  
139 Interaktionsprozessen?

140 *B: Kennt man eigentlich schon, zum Beispiel Facebook, aber die nutze ich nicht.*

141 A: Angenommen Sie könnten eine App, die Sie dabei unterstützt, sich nachhaltiger  
142 und gesünder zu ernähren selbst programmieren, welche sozialen Interaktionsformen  
143 würden Sie sich wünschen? Warum?

144 würden sie implementieren? Warum genau diese?

145 *B: Das heisst es wäre wie so eine Kombination von einem Rezeptaustausch*  
146 *zwischen Bekannten. Ja, so etwas wäre natürlich witzig, das könnte ich mir gut*  
147 *vorstellen. Also das wäre dann wie eine What's App Gruppe wo man sich regelmässig*  
148 *austauscht, was man regional feines gemacht hat und das dann den anderen*  
149 *offerieren und ... sowas wäre eigentlich cool. So würde ich mir das vorstellen.*

150 *Man könnte sowas auch noch viel grösser machen, aber dann wird es schnell*  
151 *unübersichtlich. Aber mit einer guten Suchfunktion könnte man auch arbeiten.*

152 *Sonst muss ich mal überlegen, aber es fällt mir gerade nichts ein. Vielleicht bin ich*  
153 *gerade auch nicht so kreativ.*

154 A: Welche virtuellen sozialen Interaktionsprozesse würden Sie motivieren, eine App  
155 vermehrt zu nutzen?

156 *B: Wenn es schön aufgebaut ist, wenn es irgendwie neue Ideen bringt. Ja ich glaub*  
157 *das war es eigentlich.*

158 A: Inwiefern, denken Sie, würden die virtuellen sozialen Interaktionsprozesse Ihr  
159 Ernährungsverhalten beeinflussen? (z.B. welche Lebensmittel gekauft werden, wo  
160 eingekauft wird, wie etwas zubereitet wird (Kochtechnik und/oder Rezepte), neue  
161 Produkte ausprobieren...)

162 Auf einer Skala von 0 bis 10, wie gross würden sie den Einfluss durch virtuelle soziale  
163 Interaktionsprozesse schätzen?

164 *B: Gut, ich meine da kommt jetzt eine neue Idee.*

165 *Oder, wenn es die Möglichkeit gäbe, mit den virtuellen Sachen dann gleichzeitig einen*  
166 *Bio-Korb oder ein Biobouquet zu bestellen, wo das drin ist dann motiviert es natürlich*  
167 *auch und beeinflusst Dein Verhalten und konsumieren. Denn wenn Du im Nachhinein*  
168 *zum Migros oder Coop rennst und die Produkte suchst, dann ist es eher*  
169 *unwahrscheinlich, dass es umgesetzt wird.*

170 A: Das ist eine gute Idee. Das ist jedoch nicht zwingend mit virtuellen  
171 Interaktionsprozesse gekoppelt, es könnte von den App-Entwicklern implementiert  
172 werden. Wie würden Sie den Einfluss von sozialen Interaktionsprozessen auf Ihr  
173 Ernährungsverhalten auf einer Skala von 1 bis 10 einstufen?

- 174 *B: Ich glaube es hat schon einen Einfluss, nicht dass ich jetzt meine Gewohnheiten*  
 175 *ganz ändern werde, aber so eine vier. Ich glaube man passt sich dann schon an, eben*  
 176 *durch neue Ideen. Aber ganz grundsätzlich würde ich mich wahrscheinlich nicht*  
 177 *ändern, aber einen „Tick“ schon.*
- 178 A: Welche Bedingungen muss eine App erfüllen, damit Sie sich regelmässig mit  
 179 anderen Personen darin austauschen würden?
- 180 *B: Es muss halt funktionieren. Ich glaube es liegt dann eher an den anderen*  
 181 *Personen, die halt antworten müssen, sonst macht es keinen Spass. Aber das liegt ja*  
 182 *nicht an der App.*
- 183 A: Wie wichtig ist Ihnen im Allgemeinen der soziale Austausch mit anderen  
 184 Menschen?
- 185 *B: Doch, das ist mir schon sehr wichtig.*
- 186 A: Tauschen Sie sich über das Internet mit anderen Personen aus?
- 187 *B: Ja auch.*
- 188 A: Sind das meistens Personen, die sie bereits kennen und sowieso regelmässig  
 189 treffen?
- 190 *B: Ja, also regelmässig heisst auch einmal im Jahr? (Lacht)*
- 191 A: Tauschen Sie sich eher mit Personen aus, die Sie nur ab und zu oder selten  
 192 treffen?
- 193 *B: Nein, eigentlich mit allen, auch mit Personen die ich regelmässig treffe.*
- 194 A: Tauschen Sie sich auch mit Personen aus, die Sie noch nie getroffen haben?
- 195 *B: Nein, eigentlich nicht. Ich bin eben nicht auf Facebook.*
- 196 A: Zu welchen Zwecken tauschen Sie sich aus?  
 197 ...um sich zu informieren
- 198 *B: Einfach um Informationen auszutauschen*  
 199 ...um Ideen zu entwickeln
- 200 *B: Nein, das macht man dann eher persönlich*  
 201 ...um zu diskutieren  
 202 ...um mehr über andere zu erfahren
- 203 *B: Nein, das eher nicht*  
 204 ...um andere kennen zu lernen  
 205 ...um Dinge zu lernen  
 206 ...um anderen Informationen anzubieten  
 207 ...um Entscheidungen zu treffen
- 208 *B: Ja, auch um Entscheidungen zu treffen, es müssen ja nicht gerade die*  
 209 *tiefgründigen sein.*  
 210 ...um mein Wissen zu teilen
- 211 *B: Man schreibt ja einfach hin und her*
- 212 A: Wie wichtig ist es für Sie, sich innerhalb einer App virtuell mit anderen Nutzerinnen  
 213 und Nutzer auszutauschen?
- 214 0 gar nicht wichtig / 10 sehr wichtig
- 215 *B: Ich glaube es ist irgendwo in der Mitte*
- 216 A: Was spricht dafür / Was spricht dagegen?
- 217 *B: Dafür spricht – also so über Apps oder? – unkomplizierter, schneller Austausch.*

- 218 A: Sie haben vorher angegeben, dass Sie sich vor allem mit Bekannten Personen  
219 virtuell austauschen.
- 220 Inwiefern könnten diese Personen beeinflussen welche Lebensmittel sie einkaufen  
221 und/oder zubereiten?
- 222 *B: Je nachdem mit wem ich mich austausche und was es ist, hat es schon einen*  
223 *Einfluss. Meistens sind das aber Personen, die sowieso ähnliche Gewohnheiten*  
224 *haben und dann tauschen wir Tipps aus.*
- 225 A: Warum sind es genau diese Personen?
- 226 *B: Vielleicht weil wir ähnliche Gewohnheiten haben oder in einer ähnlichen*  
227 *Lebenssituation sind, mit den Kindern.*
- 228 A: Auf welche Weise könnten diese Personen dies tun? (z.B. Rezeptvorschläge, ihre  
229 Erfahrungen mit Lebensmitteln oder Kochtechniken mit Ihnen teilen, Diätziele mit  
230 Ihnen teilen (z.B. Kalorienverbrauch) ...)
- 231 *B: Häufig ist es ein Erfahrungsaustausch oder teilweise Ideen von einer*  
232 *Arbeitskollegin die sich vegan ernährt.*
- 233 A: Bei Ihrer Menüwahl - Hätte ein physischer zwischenmenschlicher sozialer  
234 Austausch einen anderen Einfluss auf Sie als ein virtueller?
- 235 *B: Schwierig, muss mir grad mal ein Beispiel überlegen, nein ich glaube, wenn man*  
236 *über den Chat wüsste, welche Einstellung die Person gegenüber so hat, ist es*  
237 *vielleicht ähnlich wie wenn ich mich mit jemandem auf einem Spaziergang unterhalte.*  
238 *Das liegt halt dann wieder daran wie so eine App aufgebaut ist. Je nachdem welche*  
239 *Kategorien bzw. Community Untergruppen sich bilden.*
- 240 *Man unterhält sich ja zum Beispiel darüber wie man etwas zubereiten kann, das ist ja*  
241 *nicht so persönlich, das lass ich mir auch von einer fremden Person erklären. Ich*  
242 *finde, da bin ich relativ offen, gerade beim Essen.*
- 243 *Wenn ich zum Beispiel etwas Ausländisches kochen möchte, fände ich es sogar toller,*  
244 *wenn mir irgendjemand aus dem konkreten Land ein Rezept oder eine Erklärung*  
245 *geben würde.*
- 246 A: Wenn Sie im Internet eine Dienstleistung oder ein Produkt kaufen, lesen Sie dazu  
247 Rezensionen und/oder Empfehlungen von anderen Personen?
- 248 *B: Eher weniger, bisher.*
- 249 A: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Dienstleistungen und Produkte bereits von anderen  
250 Personen bewertet wurden?
- 251 Können Sie mir ihre Antwort bitte begründen?
- 252 *B: Eben, dann auch nicht so wichtig.*
- 253 A: Bitte führen Sie sich eine App zum Thema gesunde & nachhaltige Ernährung vor  
254 Augen.
- 255 Ich lege ihnen jetzt ein paar Kärtchen vor, auf denen verschiedene soziale  
256 Einflussssituationen festgehalten sind.
- 257 Denken Sie, die Situation hätte einen Einfluss auf ihre Ernährungsentscheidung?
- 258 Würden Sie diese App-Funktion nutzen?
- 259 Auf welche Weise würde die App-Funktion ihre Ernährungsentscheidung  
260 beeinflussen?
- 261 A: Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über  
262 Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.
- 263 *B: Nicht richtig, nein.*

- 264 *Vielleicht wird es aber auch zur Gewohnheitssache und wenn man da mal unterwegs*  
 265 *ist, dann vielleicht schon.*
- 266 A: Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos & Videos durch App Nutzende
- 267 *B: Ja, ich glaube schon. Ja, das würde ich anschauen.*
- 268 A: Die Gründung von Communities. (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu  
 269 Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten, z.B. vegane Ernährung).
- 270 *B: Ich glaube so was ist schon sinnvoll.*
- 271 A: Nutzerinnen und Nutzer teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit  
 272 anderen App-Nutzenden. (Teilen von Rezepten aus dem eigenen Repertoire)
- 273 *B: Hat das einen Einfluss auf mich? Vielleicht geringfügig. Es spielt mir keine Rolle*  
 274 *ob das Rezept von den App-Entwicklern kommt oder diese von anderen Nutzern*  
 275 *angepasst werden.*
- 276 A: Nutzerinnen und Nutzer „ liken“ die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.
- 277 *B: Das hat zu wenig Information.*
- 278 A: Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer Nutzerinnen  
 279 und Nutzer. („Likes“ setzen).
- 280 *B: Nein, auch da finde ich, es gibt mir zu wenig Information.*
- 281 A: Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten
- 282 *B: Nein, das ist nicht mein Ziel beim Gebrauch solcher Apps. Eher nicht.*
- 283 A: Den Rezeptentwickler zu „ folgen“. (z.B. jemanden welcher bei den Rezepten den  
 284 Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
- 285 *B: Gestern war es schon toll, dann mache ich heute wieder was von demselben*  
 286 *Rezeptentwickler. Ja, warum nicht. Vielleicht schon.*
- 287 A: Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können Nutzerinnen und  
 288 Nutzer direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren  
 289 Vergleichsgruppen ziehen.
- 290 *B: Das ist mir dann schon etwas zu weit, ich will ja nur etwas zum Essen zubereiten*  
 291 *und Ideen suchen, sonst ist es mir dann schon wieder zu viel.*
- 292 A: Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen Nutzerinnen und Nutzer. (z.B.  
 293 von Freunden oder/und unbekanntenen Personen mit ähnlichen  
 294 Ernährungsgewohnheiten)
- 295 *B: Ich glaube das hat schon einen Einfluss, weil das auf eine Art schon wieder witzig*  
 296 *ist. Aber wahrscheinlich dann so zehn Menüs immer wieder.*
- 297 A: Standortangaben veröffentlichen (Mit den Angaben zum Wohnort können  
 298 spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangaben etc. geteilt werden. Es  
 299 könnten „gleichgesinnte“ App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen  
 300 werden.)
- 301 *B: Ich glaube nicht, dass es so viel Einfluss auf mich hätte.*
- 302 A: Bitte ordnen Sie die App-Funktionen nach der für Sie empfundenen Wichtigkeit  
 303 (dies in Bezug auf die soziale Beeinflussung bei Ernährungsentscheidungen).

<b>Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-Nutzende.</b>
---

<b>Die Gründung von Communities</b>
-------------------------------------

(Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten)
--

<b>NutzerInnen teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit anderen App Nutzenden.</b>
--

<b>Standortangaben veröffentlichen</b>
--

(Mit den Angaben zum Wohnort können spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangebote etc. geteilt werden. Es können «gleichgesinnte» App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen werden.)
<b>Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen NutzerInnen.</b> (z.B. von Freunden oder/und unbekanntenen Personen mit ähnlichen Ernährungsgewohnheiten)
<b>Den RezeptentwicklerInnen «folgen».</b> (z.B. jemand welcher bei den Rezepten den Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
<b>Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.</b>
<b>Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten.</b>
<b>Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können NutzerInnen direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren Vergleichsgruppen ziehen.</b>
<b>Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer NutzerInnen («Likes» setzen).</b>
<b>NutzerInnen « liken » die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.</b>

304 A: Kennen Sie noch andere Formen von virtuellen sozialen Austausch- oder  
305 Einflusssituationen, welche in einer solchen App angewandt werden könnten?

306 *B: Fällt mir gerade nichts mehr ein.*

307 A: Soziale Netzwerkkontakte können einen Konformitätsdruck auslösen. Kennen Sie  
308 dieses Phänomen?

309 *B: Nein, das kenne ich bei mir nicht.*

310 A: Welche Informationen würden Sie in der App gerne mit anderen Usern teilen?

311 *B: Rezepte, neue Ideen was man alles so machen könnte. Im Winter zum Beispiel*  
312 *saisonal, im Sommer ist das wohl weniger das Problem. Ich habe ja mit meinen*  
313 *Bürokolleginnen auch überlegt, auf was wir in der Fastenzeit verzichten könnten oder*  
314 *was noch sinnvoll, witzig oder herausfordernd wäre. So was könnte man ja in der App*  
315 *auch. Man muss sich aber ja nicht komplett öffnen. Aber so in einer Community passt*  
316 *das schon.*

317 *Was ja leider gar nicht geht, ist saisonal, regional und vegan. Das «beisst» sich*  
318 *ziemlich. Man kann als vegane Person eigentlich ganz viel essen, aber das Substitut*  
319 *kommt halt meist nicht aus der Region.*

320 *Dann iss ich doch lieber mein Müsli und hole mir frische Milch dazu, als einen*  
321 *Smoothie welcher zu 80 Prozent aus Früchten aus Südamerika ist.*

322 A: Welche Angaben anderer Nutzerinnen und Nutzer würden Sie gerne einsehen?

323 *B: Es würde mich interessieren, wie viel Zeit sie fürs Kochen haben. Die Zeit ist ja*  
324 *schon immer ein limitierter Faktor. Wäre ich so wie meine Tante und hätte einen Job*  
325 *wo ich Zeit finde, nach der Arbeit einfach noch so eine Stunde durch die Stadt zu*  
326 *laufen, dann ist das glaube ich eine ganz andere Grundvoraussetzung.*

327 *Wenn Du nur 5 Minuten Zeit für den Einkauf zwischen Bahnhof und KiTa hast oder*  
328 *dann noch mit den Kindern einkaufen gehst und sowieso die Hälfte vergisst, weil Du*  
329 *vorher keine Einkaufsliste gemacht hast. Vielleicht wäre es einfach sinnvoll, zu sehen,*  
330 *wie lange die Zubereitung für die einzelnen Menüs dauert.*

331 *Aber eigentlich brauche ich doch keine Informationen von den anderen Personen, das*  
332 *lenkt nur ab...*

333 A: Welche Informationen würden Sie auf keinen Fall teilen wollen?

334 *B: Das heisst es interessiert mich nicht von den andern, und ich will es selbst auch*  
335 *nicht mitteilen.*

---

336 *Ist halt die Frage wie „irr“ die anderen Personen sind. Wenn ich zum Beispiel*  
337 *veröffentliche, dass ich einmal im Monat Rindfleisch gegessen habe und eine andere*  
338 *Person mir das dann übelnimmt. Oder wenn man mitteilt, dass man keine Vegetarierin*  
339 *mehr ist und jemand dann mein Haus besprüht (lacht)!*

340 *Aber ich würde auch mitteilen wie alt ich bin und zum Beispiel, dass ich weiblich bin.*

341 A: Haben Sie sonst noch Anmerkungen?

342 *B: Nein*

343 A: Haben Sie noch Fragen zur Studie oder zur App?

344 *B: Nein*

---

**Interview C mit D.D., weiblich, am 13. Februar 2018, Dauer: 55 Minuten****Transkript****Teil 1: Screening Fragen**

- 1 A: *Bitte geben Sie an wie alt Sie sind?*
- 2 B: *32 Jahre*
- 3 A: *Wie viele Personen leben in ihrem Haushalt?*
- 4 B: *Drei Personen*
- 5 A: *Wie viele davon sind Kinder?*
- 6 B: *Eins*
- 7 A: *Sind sie zurzeit berufstätig?*
- 8 B: *Ja, Teilzeit 60%*
- 9 A: *Wie häufig kochen oder bereiten Sie persönlich eine Mahlzeit zu?*
- 10 B: *Mehrmals pro Woche*
- 11 A: *Besitzen Sie ein Smartphone oder ein anderes mobiles Endgerät (z.B. ein Tablet)*
- 12 *welches die Installation und Verwendung von mobilen Applikationen (Apps) zulässt?*
- 13 B: *Ja*
- 14 A: *Nutzen Sie regelmässig eine App?*
- 15 B: *Ja, What's App, E-Mail, Schwangerschaft App, Kalender.*
- 16 A: *In den folgenden zwei Fragen geht es um Ihr persönliches Verhalten beim Kauf*
- 17 *von Produkten.*
- 18 *Bitte geben Sie mit 1 an, wenn Sie das Genannte immer tun beziehungsweise mit 6*
- 19 *wenn Sie es nie tun – mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Antwort*
- 20 *entsprechend Ihrem persönlichen Verhalten genauer abstufen.*
- 21 *Bitte geben Sie an, wie häufig Sie in den letzten vier Wochen beim Kauf von*
- 22 *Lebensmitteln und Getränken Bio-Produkte gewählt haben.*
- 23 1 Immer
- 24 2
- 25 3
- 26 4
- 27 5
- 28 6 Nie
- 29 7 Weiss nicht
- 30 *Betrifft mich nicht*
- 31 B: *Nie*
- 32 A: *Wie häufig haben Sie in der letzten Woche bei Ihrer Hauptmahlzeit Fleisch*
- 33 *gegessen?*
- 34 Nie
- 35 Einmal die Woche oder seltener
- 36 2 bis 3 Mal pro Woche
- 37 4 bis 5 Mal pro Woche
- 38 Täglich

39 *B: Zwei bis dreimal Mal pro Woche*

40 A: Im Folgenden hören Sie drei Aussagen. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie der  
41 entsprechenden Aussage voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht  
42 zustimmen.

43 Zu einem guten Leben gehört für mich eine intakte natürliche Umwelt unbedingt dazu

44 *B: Voll und ganz*

45 Beim Kauf achte ich auf die Nachhaltigkeit der Produkte (Umweltverträglichkeit,  
46 Langlebigkeit, faire Arbeitsbedingungen)

47 *B: Jäh, nicht bei allem. Ich achte mehr auf regional und saisonal.*

48 Ich achte darauf, dass ich gesunde Lebensmittel zu mir nehme

49 *B: Eher*

50 Ich esse worauf ich Lust habe, unabhängig davon, ob die Lebensmittel gesund sind  
51 oder nicht

52 *B: Aktuell esse ich was ich Lust habe da ich schwanger bin. Sonst achte ich mehr  
53 darauf. Also ich merke es jetzt auch bei meinem Sohn, der darf nicht alles mitessen,  
54 was ich mir zu Leibe führe (lacht).*

## 55 **Teil 2: Hauptfragen**

56 A: Am Telefon haben Sie angegeben, dass Ihr Haushalt aus 3 Personen besteht.  
57 Kann ich davon ausgehen, dass Sie meistens Mahlzeiten für mehrere Personen  
58 zubereiten?

59 *B: Ja, ich koche für mehrere Personen.*

60 A: Wenn Sie für mehrere Personen kochen, inwiefern bestimmen diese was sie  
61 zubereiten?

62 *B: Sehr stark. Aktuell ist es der Glutenverzicht. Mein Partner ernährt sich neu  
63 Glutenfrei, da Gluten dafür verantwortlich seien, Entzündungen im Körper aufrecht zu  
64 erhalten. Und da er seit längerem in den Armgelenken eine Entzündung hat, hat ihm  
65 jemand gesagt, er soll sich Glutenfrei ernähren. Er fühlt sich viel wohler. Aber es ist  
66 relativ aufwendig.*

67 *Und mein Sohn bestimmt ebenfalls einiges mit. Indem er zu verstehen gibt, was er  
68 mag und nicht mag. Dazu kommt mein Verständnis davon, was gesund für Kinder ist  
69 und was eher nicht.*

70 A: Auf welche Weise tun diese Personen das?

71 *B: Durch Ansprechen und die Reaktion auf Menüs.*

72 A: Wie gehen Sie damit um?

73 *B: Eigentlich ganz gut, ich mache was möglich ist. Und es tut mir ja dann auch gut,  
74 wenn es in eine gesunde Richtung geht.*

75 A: Bei Ihren Ernährungsentscheidungen, welchen Einfluss hat ihr ...

76 ... nahes soziales Umfeld (Familie, enge Freunde)?

77 *B: Es kommt immer darauf an, was es ist.*

78 *Wenn ich zum Beispiel einen Freund habe und dieser sich vegan ernährt, und er  
79 kommt bei mir zu besuch, dann ist es für mich einen Stress. Das beeinflusst mich  
80 dann eher negativ.*

81 *Ich lasse mich eigentlich nicht durch Andere beeinflussen, wenn sie ein anderes  
82 Einkaufs- oder Kochverhalten haben.*

83 *Das Familieninterne hat aber schon einen grossen Einfluss, das erweiterte soziale*  
84 *Umfeld aber weniger.*

85 ... erweitertes soziales Umfeld (Verwandte, Freunde, Bekannte)?

86 *B: Also, wenn wir zum Beispiel Gäste haben und ich weiss, jemand hat eine*  
87 *Laktoseintoleranz, dann koche ich schon mit laktosefreie Sachen. Aber sonst*  
88 *eigentlich nicht.*

89 ... haben unbekannte Drittpersonen (z.B. über Internet, Autoren)?

90 *B: Nein, ich bin für das intuitive, instinktive Essen wonach einem Lust ist (lacht). Alles*  
91 *im Mass.*

92 A: Auf einer Skala von 0 bis 10 – wie viel Einfluss nimmt ihr nahes soziales Umfeld  
93 auf ihre Ernährungsentscheidungen?

94 *B: Mein Sohn immer mehr. Am Anfang haben wir neben ihm alles Essen können, das*  
95 *war ihm ja egal, und jetzt mit der Vorbildfunktion ist der Einfluss schon viel höher. Ich*  
96 *würde sagen so bei neun bis zehn. Ausser wenn er nicht da ist, dann ist es null (lacht).*

97 *Bei meinem Partner nehme ich halt insofern Rücksicht, dass wenn wir gemeinsam in*  
98 *eine Bäckerei gehe, keinen Mandelgipfel oder so etwas esse. Weil ich weiss, dass er*  
99 *zuschauen müsste und es eigentlich auch gerne hätte. Da nehme ich schon*  
100 *Rücksicht, natürlich nicht immer, aber ich versuche solche Sachen zu essen, wenn er*  
101 *nicht da ist. Oder hole im für vier Franken ein «Vogelnästchen» im Bioladen welches*  
102 *Glutenfrei ist.*

103 A: Gibt es Personen mit welchen Sie sich konkret zum Thema gesunde & nachhaltige  
104 Ernährung austauschen?

105 In welcher Beziehung stehen Sie zu dieser/diesen Personen?

106 *B: Ja, teils mit meinem Partner. Über Nachhaltigkeit indem Sinne aber nicht.*

107 *Doch, mit den zwei Kollegen die einen Aquaponic besitzen. Das sind einfach Freunde*  
108 *aus dem erweiterten sozialen Umfeld.*

109 A: Stellen Sie sich folgende Situation vor:

110 Eine gute Freundin / ein guter Freund berichtet Ihnen im Supermarkt ausführlich, dass  
111 Gemüse welches ausserhalb der eigentlichen Saison konsumiert wird, ein Vielfaches  
112 an Umweltbelastungen verursacht. Ganz anders als das im Freiland angebaute,  
113 saisonale Produkt.

114 Es ist Dezember, auf ihrer Einkaufsliste stehen Zucchini. Im Regal befinden sich  
115 Zucchini aus Spanien, die im Treibhaus herangereift sind, sie sind also nicht saisonal.

116 Was geht Ihnen dabei als erstes durch den Kopf?

117 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Zucchini kaufen? Warum?

118 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich für ein anderes, saisonales Gemüse  
119 entscheiden? Weshalb?

120 *B: Muss ehrlich sagen, ich habe nicht gewusst, dass Zucchini jetzt nicht saisonal sind.*  
121 *Aber ja stimmt, es ist ein Sommergemüse.*

122 *Ich kaufe die Zucchini nur schon wegen meinem Sohn, weil man sie so gut*  
123 *weichkochen kann. Worauf ich gut verzichten kann sind zum Beispiel Bohnen, vor*  
124 *allem wenn ich sehe, dass sie aus Ägypten kommen. Wenn Gemüse aus Spanien*  
125 *und Italien habe ich weniger Hemmungen.*

126

127 *Wir trocknen saisonales Gemüse für uns selbst. Zum Beispiel Pilze oder*  
128 *Suppengemüse. Und haben es über den Winter zur Verfügung.*

129

130 *Im Winter bleibt nicht viel an Gemüseauswahl übrig, ich würde vermutlich eher kein*  
131 *anderes, saisonales Gemüse anstelle der Zucchini kaufen. Vor allem wegen unserem*  
132 *Sohn, es ist mir schon wichtig, dass er Gemüse isst, indem konkreten Fall ist es mir*  
133 *dann schon egal.*

134 *Gemüse oder Früchte aus der Schweiz, welches es bei uns das ganze Jahr über zu*  
135 *kaufen gibt, bevorzuge ich schon. Also ein Apfel aus Neuseeland kaufe ich nicht. Es*  
136 *ist ein bisschen verrückt, dass dies überhaupt angeboten wird.*

137 A: Ein Schweizer Consulting Unternehmen entwickelte eine mobile Applikation (kurz  
138 App) welche die gesundheitsförderliche und nachhaltige Ernährung der User  
139 ermöglichen soll. In ihrer Grundfunktion unterstützt die App mit konkreten  
140 Menüvorschlägen Konsumentinnen und Konsumenten darin, ihre Esspräferenzen  
141 und Motivationen in einfache, genussvolle und anpassungsfähige Rezepte zu  
142 verwandeln, die dabei noch gesund und nachhaltig sind.

143 A: Benutzen Sie Apps bei denen ein virtueller sozialer Austausch stattfindet? (z.B.  
144 Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest...)

145 B: *Ja. What's App, das ist aber die einzige.*

146 A: Bitte beschreiben Sie mir möglichst ausführlich, wie die (einzelnen) sozialen  
147 Interaktionsprozesse aussehen.

148 B: *Bei What's App als Chat.*

149 A: Was motiviert Sie, genau solche Apps zu nutzen?

150 B: *Kommunikation und Informationsaustausch. Gehört Facetime auch dazu? Es ist*  
151 *zwar mehr eine Bildtelefonie, das habe ich auch noch. Insbesondere mit meiner*  
152 *Mutter die in Brasilien lebt, Telefonieren wir über diese App.*

153 A: Kennen und/oder sind Sie aktiv bei anderen virtuellen sozialen  
154 Interaktionsprozessen?

155 B: *Nein.*

156 A: Angenommen Sie könnten eine App, die Sie dabei unterstützt, sich nachhaltiger  
157 und gesünder zu ernähren selbst programmieren, welche sozialen Interaktionsformen  
158 würden Sie sich wünschen? Warum?

159 würden sie implementieren? Warum genau diese?

160 B: *Rezept austausch. Rezeptideen – spannend zu wissen, was die anderen machen.*

161 A: Welche virtuellen sozialen Interaktionsprozesse würden Sie motivieren, eine App  
162 vermehrt zu nutzen?

163 B: *Sie muss einfach, unkompliziert sein. Die App darf nicht viel kosten,*  
164 *beziehungsweise sie darf einmalig etwas kosten aber nicht monatliche Gebühren.*  
165 *Ansprechendes Design.*

166 A: Jetzt haben Sie hauptsächlich Punkte erwähnt, welche als Anforderung sie  
167 generell an die App stellen würden. Gibt es auch etwas, was sie motivieren würde,  
168 eine App mit *virtuellen sozialen Interaktionsprozessen* vermehrt zu nutzen?

169 B: *Also ich finde es wichtig, dass es keinen Stress auslöst, im Sinne von, ach das*  
170 *muss ich jetzt auch, also der gegenseitige Neid darf nicht entstehen.*

171 *Ich fände es zum Beispiel cool, wenn jemand etwas kocht und dann sagt, hey ihr seid*  
 172 *eingeladen, ihr könnt kommen. So in dem Stil eher.*

173 *Ich finde im Internet gibt es schon so viel, wo kommentiert wird, und gerade auf dem*  
 174 *Handy auf dem kleinen Bildschirm finde ich weniger mehr.*

175 *Es wäre vielleicht etwas, keinen Kommentar zu schreiben, sondern einfach mit so*  
 176 *Sternchen ein Rating abzugeben sehr praktisch. Mehr so etwas, was man auf einen*  
 177 *Blick erkennt.*

178 *Ich bin Pendler und im Zug starrt jeder in seinen Bildschirm und es wäre dann einfach*  
 179 *wieder so eine App wo man „reingafft“. Ich fände es toll, wenn es schnell geht. Dass*  
 180 *man vielleicht auch gezwungen wird, darüber zu reden.*

181 *In einer kleinen Gruppe. Dass man etwas kocht und sich dann in der kleinen Gruppe*  
 182 *austauscht. Dass es nicht in die Welt hinausgeht, sondern in der Gruppe bleibt. Das*  
 183 *kann auch virtuell in einer Community sein. Finde es aber «Face to Face» toller.*

184 *Ich bin sozial gut verankert und kann das dort gut ausleben. Wenn jemand das aber*  
 185 *vielleicht nicht ist, kann es virtuell eine gute Gelegenheit sein, unter die Leute zu*  
 186 *kommen.*

187 *A: Inwiefern, denken Sie, würden die virtuellen sozialen Interaktionsprozesse Ihr*  
 188 *Ernährungsverhalten beeinflussen? (z.B. welche Lebensmittel gekauft werden, wo*  
 189 *eingekauft wird, wie etwas zubereitet wird (Kochtechnik und/oder Rezepte), neue*  
 190 *Produkte ausprobieren...)*

191 *Auf einer Skala von 0 bis 10, wie gross würden sie den Einfluss durch virtuelle soziale*  
 192 *Interaktionsprozesse schätzen?*

193 *B: Ich finde es kommt darauf an, wie schwierig es ist diese Produkte aufzutreiben.*  
 194 *Ich finde zum Beispiel indisches Essen super lecker, aber es ist mir zu aufwendig, die*  
 195 *Zutaten zusammen zu suchen. Wenn ich dann in vier verschiedene Läden muss um*  
 196 *das Zeug zusammen zu suchen, dann ist es für mich eher abschreckend. (Aber ich*  
 197 *gehe es gerne bei jemand anderem essen.)*

198 *Sonst bin ich aber schon jemand, der gerne mal etwas ausprobiert. Aber es müsste*  
 199 *wirklich so vom Einfacheren zum Schwierigeren gehen.*

200 *Ich würde den Einfluss auf etwas sieben bis acht einstufen. Also wenn ich mir vorstelle*  
 201 *so eine „Mami-Gruppe“ -> es muss schnell sein, es muss gesund sein und ja, das*  
 202 *fände ich in der jetzigen Lebenssituation schon sehr spannend. Vorher hätte es auch*  
 203 *etwas aufwendiger und spezieller sein können, aber man kann ja je nach Bedürfnis*  
 204 *von Community zu Community hüpfen.*

205 *A: Welche Bedingungen muss eine App erfüllen, damit Sie sich regelmässig mit*  
 206 *anderen Personen darin austauschen würden?*

207 *B: Es darf nicht nerven. Was mich nervt ist zum Beispiel, wenn jemand zehn*  
 208 *Nachrichten sendet anstelle von Einer. Und das melde ich auch zurück – hey,*  
 209 *schreibe es doch in einem und nicht in zehn Nachrichten. Also wenn das Handy immer*  
 210 *am Klingeln ist, würde es mich stören.*

211 *Es ist ja eigentlich ein bisschen eine Krankheit, wenn es „Bling“ macht hat man das*  
 212 *Gefühl man muss sofort aufs Telefon schauen. Und man hat das Gefühl man muss*  
 213 *sofort Antworten. Aber logisch, man könnte das ja Einstellen, dass man das nicht hört.*  
 214 *Trotzdem, so Push-Benachrichtigung möchte ich von der App nicht erhalten.*

215 *Wenn die Leute nicht wissen, wo die Grenzen sind und wann es genug ist, dann nervt*  
 216 *mich das auch.*

- 217 *Es muss mich interessieren, der Inhalt muss sich explizit auf die jeweilige Gruppe*  
 218 *beziehen. Und die App muss einfach in der Handhabung sein.*
- 219 A: Wie wichtig ist Ihnen im Allgemeinen der soziale Austausch mit anderen  
 220 Menschen?
- 221 *B: Ja, sehr wichtig, aber nicht immer einfach (lacht). Ich finde es jetzt schon schwierig*  
 222 *meinem relativ grossen sozialen Umfeld gerecht zu werden, ich muss meinen*  
 223 *Freundeskreis gar nicht erweitern.*
- 224 A: Tauschen Sie sich über das Internet mit anderen Personen aus?
- 225 *B: Ja via Mail. Aber mehr beruflich, nicht zwingend privat.*
- 226 A: Sind das meistens Personen, die sie bereits kennen und sowieso regelmässig  
 227 treffen?
- 228 *B: Ja.*
- 229 A: Tauschen Sie sich eher mit Personen aus, die Sie nur ab und zu oder selten  
 230 treffen?
- 231 *B: Gelegentlich.*
- 232 A: Tauschen Sie sich auch mit Personen aus, die Sie noch nie getroffen haben?
- 233 *B: Nein, diese Zeiten sind vorbei (lacht).*
- 234 A: Zu welchen Zwecken tauschen Sie sich aus?
- 235 ...um sich zu informieren
- 236 ...um Ideen zu entwickeln
- 237 ...um zu diskutieren
- 238 ...um mehr über andere zu erfahren
- 239 ...um andere kennen zu lernen
- 240 ...um Dinge zu lernen
- 241 ...um anderen Informationen anzubieten
- 242 ...um Entscheidungen zu treffen
- 243 ...um mein Wissen zu teilen
- 244 *B: Termine zu finden (vorab beruflich) und der soziale Austausch über FaceTime mit*  
 245 *meiner Familie in Brasilien.*
- 246 A: Wie wichtig ist es für Sie, sich innerhalb einer App virtuell mit anderen Nutzerinnen  
 247 und Nutzer auszutauschen?
- 248 0 gar nicht wichtig / 10 sehr wichtig
- 249 *B: Vermutlich wichtiger als mir lieb ist (lacht). Ich würde schon sagen, eine acht bis*  
 250 *neun.*
- 251 A: Was spricht dafür / Was spricht dagegen?
- 252 *B: Dafür spricht der schnelle Austausch, und dass es keine Terminfindung erfordert.*
- 253 *Dagegen spricht, dass extrem viel Mimisches und Gestisches darin verloren geht.*  
 254 *Und vielleicht auch die Erwartung des Gegenübers, hey, ich muss jetzt eine Antwort*  
 255 *haben.*
- 256 *Aber sonst ist es sicher etwas Gutes.*
- 257 A: Sie haben vorher angegeben, dass Sie sich vor allem mit bekannten Personen  
 258 virtuell austauschen.

- 259 Inwiefern könnten diese Personen beeinflussen welche Lebensmittel sie einkaufen  
260 und/oder zubereiten?
- 261 *B: In einer Gruppe sehr stark, wir haben eine Chatgruppe die nennt sich „Haut*  
262 *Cuisine“ und wir treffen uns so vielleicht eins bis zweimal im Jahr auch um gemeinsam*  
263 *zu kochen. Also wir sind zu dritt und eine Person ist Gluten- und Laktoseintolerant*  
264 *und dort ist es massgebend. Aber es stellt sich am Ende immer als unkompliziert*  
265 *heraus, weil sie genau weiss, was sie essen darf und was nicht. Das macht sehr viel*  
266 *aus. Wir gehen dann zusammen einkaufen und dann passt es meist sehr gut.*
- 267 *Wenn es so sporadisch ist, nehme ich auch gerne Rücksicht. Und es ist auch eine*  
268 *gute Gelegenheit wieder etwas Neues zu lernen. Wenn ich diese Leute aber häufiger*  
269 *treffen würde, dann würde ich vielleicht irgendwann sagen, „jää nu“ und nicht mehr*  
270 *volle Rücksicht nehmen...*
- 271 *Als grossen Einfluss würde ich andere Mütter einstufen. Wenn wir uns über die*  
272 *Ernährung von Kindern besprechen, dann beeinflusst mich das stark.*
- 273 A: Warum sind es genau diese Personen?
- 274 *B: Andere Mütter wohl, weil wir in einem ähnlichen Lebensabschnitt stehen und jeder*  
275 *für sein Kind nur das Beste möchte.*
- 276 A: Bei Ihrer Menüwahl - Hätte ein physischer zwischenmenschlicher sozialer  
277 Austausch einen anderen Einfluss auf Sie als ein virtueller?
- 278 *B: Ja, weil die «Zwischenzeilen» bei der virtuellen Kommunikation wegfallen.*
- 279 A: Wenn Sie im Internet eine Dienstleistung oder ein Produkt kaufen, lesen Sie dazu  
280 Rezensionen und/oder Empfehlungen von anderen Personen?
- 281 *B: Ja.*
- 282 A: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Dienstleistungen und Produkte bereits von anderen  
283 Personen bewertet wurden?
- 284 Können Sie mir ihre Antwort bitte begründen?
- 285 *B: Also ich finde es beeinflusst mich schon, aber wenn ich etwas brauche dann*  
286 *brauche ich es. Es ist aber selten so dringend, dass ich es sogleich bestellen muss,*  
287 *dann frage ich vielleicht auch mal nach.*
- 288 *Ich frage mich dann aber schon mal, was das wohl für eine Person die das sagt, „tickt“*  
289 *die in etwa ähnlich wie ich? Oder hat diese Person ganz andere Ansprüche an das*  
290 *Produkt wie ich? Das weiss man ja auch nie.*
- 291 *Bei einer gewissen Menge an Kommentaren kann ich einen guten „Mittelwert“ für mich*  
292 *daraus ziehen.*
- 293 A: Bitte führen Sie sich eine App zum Thema gesunde & nachhaltige Ernährung vor  
294 Augen.
- 295 Ich lege ihnen jetzt ein paar Kärtchen vor, auf denen verschiedene soziale  
296 Einflussituationen festgehalten sind.
- 297 Denken Sie, die Situation hätte einen Einfluss auf ihre Ernährungsentscheidung?
- 298 Würden Sie diese App-Funktion nutzen?
- 299 Auf welche Weise würde die App-Funktion ihre Ernährungsentscheidung  
300 beeinflussen?
- 301 A: Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über  
302 Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.

303 *B: Ja, fände ich gut, aber in einer sehr spartanischen Form. Nicht, dass da jemand*  
 304 *eine halbe A4 Seite schreibt. Wir sind in einer schnell lebenden Welt und es hat nicht*  
 305 *mehr jeder Zeit das Ganze zu lesen oder geschweige denn Lust dazu.*

306 *A: Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos & Videos durch App Nutzende*

307 *B: Im Rahmen finde ich das gut. Aber ich finde einfach Menschen, die sich*  
 308 *wiederholen ätzend. Wenn ich auf YouTube etwas anschau, und dann sehe ich ein*  
 309 *Video das 10' geht und eines das 5' geht, dann schau ich sicherlich das kürzere*  
 310 *Video an. Weil ich davon ausgehe, dass der, welcher 10' sendet, mindestens drei*  
 311 *Patzer darin hat und sich x-Mal wiederholt.*

312 *Aber grundsätzlich schau ich mir immer mal wieder ein Video an zu etwas, was mir*  
 313 *fremd ist und ich mehr darüber wissen möchte.*

314 *A: Die Gründung von Communities. (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu*  
 315 *Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten, z.B. vegane Ernährung).*

316 *B: Finde ich gut.*

317 *Ich finde es einerseits interessant, dass Du Dich zum Beispiel als vegan oder*  
 318 *vegetarisch Lebender, dann vielleicht aufgrund religiöse Hintergründe wo einige*  
 319 *Lebensmittel nicht erlaubt sind, einer Community anschliessen kannst.*

320 *Das Andere, ist mehr so deine soziale Einbettung. Ein Single hat andere Bedürfnisse*  
 321 *als ein Familienmensch. Und ein Greis hat andere Bedürfnisse wie ein junger Mensch*  
 322 *der noch gute Zähne hat. Somit kann sich jeder einer passenden Gruppe*  
 323 *anschliessen.*

324 *A: Nutzerinnen und Nutzer teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit*  
 325 *anderen App Nutzenden. (Teilen von Rezepten aus dem eigenen Repertoire)*

326 *B: Ja, finde ich gut. Es gibt eine breitere Auswahl an Rezepten. Gerade wenn man*  
 327 *Containern geht und dann Unmengen an Broccoli zuhause hat (lacht).*

328 *A: Nutzerinnen und Nutzer „ liken“ die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.*

329 *B: Ja, auch wenn es schnell und übersichtlich dargestellt ist.*

330 *A: Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer Nutzerinnen*  
 331 *und Nutzer. („Likes“ setzen).*

332 *B: Ja, ich finde es gut, wenn es vielleicht verschiedene Icons gibt. Zum Beispiel ein*  
 333 *Icon für wie lange, wie fein ...*

334 *A: Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten*

335 *B: Ja, suchen und finden schon. Inwieweit pflegen, da es sich um virtuelle Kontakte*  
 336 *handelt, weiss ich nicht. Generell wäre es schon einfach und «gäbig».*

337 *A: Den Rezeptentwickler zu „folgen“. (z.B. jemanden welcher bei den Rezepten den*  
 338 *Fokus auf saisonale Menüs setzt.)*

339 *B: Wenn ich merke das Gegenüber entspricht meinem Typ, fände ich es sinnvoll.*  
 340 *Diese Person muss dann aber schon eine Menge an Rezepten bringen.*

341 *A: Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können Nutzerinnen und*  
 342 *Nutzer direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren*  
 343 *Vergleichsgruppen ziehen.*

344 *B: Nein, das finde ich irgendwie schwierig. Wäre für mich eher nichts.*

345 *A: Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen Nutzerinnen und Nutzer. (z.B.*  
 346 *von Freunden oder/und unbekanntenen Personen mit ähnlichen*  
 347 *Ernährungsgewohnheiten)*

348 *B: Eher nicht, bei Freunden kann ich nachfragen und das andere ist wieder eher etwas*  
 349 *das Zeit frisst. Man ist ja sowieso schon in der Community und sieht schon so viele*  
 350 *Rezepte.*

351 *Aber ich finde es schon wichtig, dass Rezepte und ein Austausch unter den*  
 352 *Nutzenden entstehen kann, denn man fühlt sich diesen Personen unter Umständen*  
 353 *näher als den App-Anbietern. Das etwas Unprofessionelle finde ich fast besser.*

354 A: Standortangaben veröffentlichen (Mit den Angaben zum Wohnort können  
 355 spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangaben etc. geteilt werden. Es  
 356 könnten „gleichgesinnte“ App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen  
 357 werden.)

358 *B: Ich würde das jetzt nicht suchen. Aber ich kann mir sehr gut vorstellen, dass es*  
 359 *Leute gibt, die das schätzen würden. Gerade, wenn zum Beispiel so ein World Food*  
 360 *Event ist, das ist ja was Lässiges.*

361 *Doch ich glaube, es gibt sicher Leute die das wollen. Ich würde das jetzt nicht*  
 362 *zwingend brauchen. Aber mehr, weil ich momentan die Prioritäten etwas anders*  
 363 *setze.*

364 A: Bitte ordnen Sie die App-Funktionen nach der für Sie empfundenen Wichtigkeit  
 365 (dies in Bezug auf die soziale Beeinflussung bei Ernährungsentscheidungen).

<b>Die Gründung von Communities</b> (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten)
<b>NutzerInnen teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit anderen App Nutzenden.</b>
<b>Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.</b>
<b>Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-Nutzende.</b>
<b>Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten.</b>
<b>NutzerInnen «liken» die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.</b>
<b>Den RezeptentwicklerInnen «folgen».</b> (z.B. jemand welcher bei den Rezepten den Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
<b>Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer NutzerInnen («Likes» setzen).</b>
<b>Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen NutzerInnen.</b> (z.B. von Freunden oder/und unbekanntenen Personen mit ähnlichen Ernährungsgewohnheiten)
<b>Standortangaben veröffentlichen</b> (Mit den Angaben zum Wohnort können spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangebote etc. geteilt werden. Es können «gleichgesinnte» App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen werden.)
<b>Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können NutzerInnen direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren Vergleichsgruppen ziehen.</b>

366 A: Kennen Sie noch andere Formen von virtuellen sozialen Austausch- oder  
 367 Einflusssituationen, welche in einer solchen App angewandt werden könnten?

368 *B: Nein, ich wüsste gerade nichts.*

369 A: Soziale Netzwerkkontakte können einen Konformitätsdruck auslösen. Kennen Sie  
 370 dieses Phänomen?

371 *B: Ja, das kann es auslösen. Aber das hat extrem mit der Persönlichkeit des*  
 372 *Benutzers zu tun. Da kann die App gar nichts machen. Man könnte*  
 373 *Wettbewerbsfaktoren weglassen, aber ich finde das liegt nicht in der Verantwortung*  
 374 *der App Entwickler.*

375 A: Welche Informationen würden Sie in der App gerne mit anderen Usern teilen?

- 376 *B: Möglichst wenig. Eigentlich nur die Rezepte.*
- 377 *Und ich meine vielleicht gibt es eine Möglichkeit über einen geschützteren Weg eine*
- 378 *Person zu treffen, wenn man merkt, die Person tickt recht ähnlich und man sich einmal*
- 379 *sehen möchte um vielleicht gemeinsam „Pick Nicken“ zu gehen oder so. Dass es zwar*
- 380 *diese Möglichkeit gäbe, aber sonst möchte ich möglichst anonym bleiben.*
- 381 *A: Welche Angaben anderer Nutzerinnen und Nutzer würden Sie gerne einsehen?*
- 382 *B: Nein, eigentlich brauche ich keine Informationen von den Andern. Ich meine im*
- 383 *Vordergrund steht ja die eigene Einstellung gegenüber des Essens und was so die*
- 384 *Vorlieben sind. Was auf jeden Fall nicht sein dürfte, dass ein Veganer in eine nicht*
- 385 *vegane Community geht und dort einen Shitstorm beginnt. Innerhalb der Community*
- 386 *würde es mich dann einfach interessieren, ob die Personen in einer ähnlichen*
- 387 *Lebenssituation sind wie ich. Aber das ist eigentlich alles.*
- 388 *A: Welche Informationen würden Sie auf keinen Fall teilen wollen?*
- 389 *B: Die Adresse und der Wohnort. Wenn ich mich jedoch genug wohl fühle, dann kann*
- 390 *ich mir vorstellen, vielleicht die Postleitzahl anzugeben. Aber es gibt zu viele „Freaks“.*
- 391 *A: Haben Sie sonst noch Anmerkungen?*
- 392 *B: Gerne würde ich diese App testen, wenn sie dann öffentlich zugänglich ist.*
- 393 *A: Haben Sie noch Fragen zur Studie oder zur App?*
- 394 *B: Nein.*

**Interview D mit J.P., weiblich, am 15. Februar 2018, Dauer: 45 Minuten****Transkript****Teil 1: Screening Fragen**

- 1 A: *Bitte geben Sie an wie alt Sie sind?*
- 2 B: *39 Jahre*
- 3 A: *Wie viele Personen leben in ihrem Haushalt?*
- 4 B: *Vier Personen*
- 5 A: *Wie viele davon sind Kinder?*
- 6 B: *Zwei*
- 7 A: *Sind sie zurzeit berufstätig?*
- 8 B: *Nein*
- 9 A: *Wie häufig kochen oder bereiten Sie persönlich eine Mahlzeit zu?*
- 10 B: *Mehrmals täglich. Ich koche am Mittag meist warm und immer für die ganze*
- 11 *Familie, mein Mann kommt dann auch nach Hause. Am Abend gibt es dann eher*
- 12 *etwas Kaltes zu essen oder mal eine Suppe oder so.*
- 13 A: *Besitzen Sie ein Smartphone oder ein anderes mobiles Endgerät (z.B. ein Tablet)*
- 14 *welches die Installation und Verwendung von mobilen Applikationen (Apps) zulässt?*
- 15 B: *Ja*
- 16 A: *Nutzen Sie regelmässig eine App?*
- 17 B: *Ja. Pinterest, SBB App, What's App und die Swissmilk App.*
- 18 A: *In den folgenden zwei Fragen geht es um Ihr persönliches Verhalten beim Kauf*
- 19 *von Produkten.*
- 20 *Bitte geben Sie mit 1 an, wenn Sie das Genannte immer tun beziehungsweise mit 6*
- 21 *wenn Sie es nie tun – mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Antwort*
- 22 *entsprechend Ihrem persönlichen Verhalten genauer abstufen.*
- 23 *Bitte geben Sie an, wie häufig Sie in den letzten vier Wochen beim Kauf von*
- 24 *Lebensmitteln und Getränken Bio-Produkte gewählt haben.*
- 25 1 Immer
- 26 2
- 27 3
- 28 4
- 29 5
- 30 6 Nie
- 31 7 Weiss nicht
- 32 *Betrifft mich nicht*
- 33 B: *Drei*
- 34 A: *Wie häufig haben Sie in der letzten Woche bei Ihrer Hauptmahlzeit Fleisch*
- 35 *gegessen?*
- 36 *Nie*
- 37 *Einmal die Woche oder seltener*
- 38 *2 bis 3 Mal pro Woche*
- 39 *4 bis 5 Mal pro Woche*

- 40 Täglich
- 41 *B: Zwei bis drei Mal pro Woche. Ich esse nicht mehr Fleisch, weil es nicht so gesund*
- 42 *ist.*
- 43 A: Im Folgenden hören Sie drei Aussagen. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie der
- 44 entsprechenden Aussage voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht
- 45 zustimmen.
- 46 Zu einem guten Leben gehört für mich eine intakte natürliche Umwelt unbedingt dazu
- 47 *B: Voll und ganz*
- 48 Beim Kauf achte ich auf die Nachhaltigkeit der Produkte (Umweltverträglichkeit,
- 49 Langlebigkeit, faire Arbeitsbedingungen)
- 50 *B: Ja*
- 51 Ich achte darauf, dass ich gesunde Lebensmittel zu mir nehme
- 52 *B: Ja, aber nicht exzessiv, ich esse auch Schokolade und mal Chips oder so.*
- 53 Ich esse worauf ich Lust habe, unabhängig davon, ob die Lebensmittel gesund sind
- 54 oder nicht
- 55 *B: Ja, aber auch nicht übertrieben, ich mag schon eher das gesunde.*
- 56 **Teil 2: Hauptfragen**
- 57 A: Am Telefon haben Sie angegeben, dass Ihr Haushalt aus vier Personen besteht.
- 58 Kann ich davon ausgehen, dass Sie meistens Mahlzeiten für mehrere Personen
- 59 zubereiten?
- 60 *B: Ja.*
- 61 A: Wenn Sie für mehrere Personen kochen, inwiefern bestimmen diese was sie
- 62 zubereiten?
- 63 *B: Nur sehr selten, also wenn sie Geburtstag haben oder so. Sonst bestimme ich was*
- 64 *es zu essen gibt.*
- 65 *Wenn ich grad selber mal keine Idee habe, frage ich vielleicht mal, aber sonst*
- 66 *entscheide ich.*
- 67 A: Bei Ihren Ernährungsentscheidungen, welchen Einfluss hat ihr ...
- 68 ... nahes soziales Umfeld (Familie, enge Freunde)?
- 69 *B: Weiss eigentlich nicht. Ich koche was mich gerade «gluschtet», was ich gesehen*
- 70 *habe oder mich gerade im Laden angesprungen hat.*
- 71 ... erweitertes soziales Umfeld (Verwandte, Freunde, Bekannte)?
- 72 *B: Eigentlich nicht.*
- 73 ... haben unbekannte Drittpersonen (z.B. über Internet, Autoren)?
- 74 *B: Ja, Bücher oder mal ein Kochmagazin oder mal die Coopzeitung für einen neuen*
- 75 *Input. Aber schon, was mich «gluschtet».*
- 76 A: Auf einer Skala von 0 bis 10 – wie viel Einfluss nimmt ihr nahes soziales Umfeld
- 77 auf ihre Ernährungsentscheidungen?
- 78 *B: So eine zwei.*
- 79 A: Gibt es Personen mit welchen Sie sich konkret zum Thema gesunde & nachhaltige
- 80 Ernährung austauschen?
- 81 In welcher Beziehung stehen Sie zu dieser/diesen Personen?

82 *B: Es ist eigentlich nicht so, dass ich mich mit jemandem hinsetze und über die*  
83 *Ernährung rede. Es kommt halt mal vor, dass man so nebenbei darüber redet, aber*  
84 *nicht explizit dieses Thema verfolgt.*

85 A: Stellen Sie sich folgende Situation vor:

86 Eine gute Freundin / ein guter Freund berichtet Ihnen im Supermarkt ausführlich, dass  
87 Gemüse welches ausserhalb der eigentlichen Saison konsumiert wird, ein Vielfaches  
88 an Umweltbelastungen verursacht. Ganz anders als das im Freiland angebaute,  
89 saisonale Produkt.

90 Es ist Dezember, auf ihrer Einkaufsliste stehen Zucchini. Im Regal befinden sich  
91 Zucchini aus Spanien, die im Treibhaus herangereift sind, sie sind also nicht saisonal.

92 Was geht Ihnen dabei als erstes durch den Kopf?

93 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Zucchini kaufen? Warum?

94 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich für ein anderes, saisonales Gemüse  
95 entscheiden? Weshalb?

96 *B: Mhmm... Ähh... ja ich nehme sie vermutlich trotzdem. Aber ich würde mir schon*  
97 *Gedanken darüber machen, weil mir das im Moment wohl nicht bewusst gewesen*  
98 *wäre. Bei Spargeln oder Erdbeeren ist es für mich ganz klar, die kaufe ich nicht, wenn*  
99 *nicht hier Saison ist. Aber bei Zucchini, da würde ich stutzen. Für den Moment würde*  
100 *ich sie vermutlich trotzdem nehmen.*

101 *Je nachdem ob ich die Zucchini für ein spezifisches Menü brauche oder nicht kaufe*  
102 *ich welche oder entscheide mich für ein anderes Gemüse. Dann würde ich wohl*  
103 *Karotten und Sellerie nehmen.*

104 A: Ein Schweizer Consulting Unternehmen entwickelte eine mobile Applikation (kurz  
105 App) welche die gesundheitsförderliche und nachhaltige Ernährung der User  
106 ermöglichen soll. In ihrer Grundfunktion unterstützt die App mit konkreten  
107 Menüvorschlägen Konsumentinnen und Konsumenten darin, ihre Esspräferenzen  
108 und Motivationen in einfache, genussvolle und anpassungsfähige Rezepte zu  
109 verwandeln, die dabei noch gesund und nachhaltig sind.

110 A: Benutzen Sie Apps bei denen ein virtueller sozialer Austausch stattfindet? (z.B.  
111 Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest...)

112 *B: Ja. What's App, Pinterest, wobei ich da nur schaue und nicht selber Beiträge*  
113 *verfasse. Facebook benutze ich selten auf dem Computer, nicht als App auf dem*  
114 *Smartphone.*

115 A: Bitte beschreiben Sie mir möglichst ausführlich, wie die (einzelnen) sozialen  
116 Interaktionsprozesse aussehen.

117 *B: Bei What's App die Chatfunktion. Bei Pinterest tausche ich mich nicht virtuell aus,*  
118 *ich schaue es mir einfach an, weil ich die Bilder schön finde und es mir Ideen gibt.*  
119 *Manchmal gibt es auch ein Rezept welches ich von dort nehme. Ich selbst poste*  
120 *nichts, ich verankere mich nicht gerne auf dem Netz.*

121 A: Was motiviert Sie, genau solche Apps zu nutzen?

122 *B: Einfacher, schneller Austausch bei What's App. Bei Pinterest die Inspiration,*  
123 *einfach neue Ideen zu bekommen.*

124 A: Kennen und/oder sind Sie aktiv bei anderen virtuellen sozialen  
125 Interaktionsprozessen?

126 *B: Nein.*

127 A: Angenommen Sie könnten eine App, die Sie dabei unterstützt, sich nachhaltiger  
128 und gesünder zu ernähren selbst programmieren, welche sozialen Interaktionsformen

129 würden Sie sich wünschen? Warum?

130 würden sie implementieren? Warum genau diese?

131 *B: Eine ganz einfache Handhabung. Wo man die Ideen schnell austauschen kann.*  
132 *Wenn es jetzt beispielsweise um das Essen geht, soll man die Rezepte und Bilder*  
133 *ganz einfach und schnell hochladen können. Sowie schnell und einfach auf*  
134 *spezifische Menüs kommen -> also mit guter Filterfunktion, damit man sich*  
135 *zurechtfinden kann.*

136 A: Welche virtuellen sozialen Interaktionsprozesse würden Sie motivieren, eine App  
137 vermehrt zu nutzen?

138 *B: Einfacher und schneller Austausch.*

139 A: Inwiefern, denken Sie, würden die virtuellen sozialen Interaktionsprozesse Ihr  
140 Ernährungsverhalten beeinflussen? (z.B. welche Lebensmittel gekauft werden, wo  
141 eingekauft wird, wie etwas zubereitet wird (Kochtechnik und/oder Rezepte), neue  
142 Produkte ausprobieren...)

143 Auf einer Skala von 0 bis 10, wie gross würden sie den Einfluss durch virtuelle soziale  
144 Interaktionsprozesse schätzen?

145 *B: Wo etwas gekauft wird, interessiert mich eigentlich nicht, das schaue ich selber.*  
146 *Einfach die Produkte und das Rezept.*

147 *Ja doch, wenn ich gut inspiriert worden bin, dann probiere ich das sicher gerne mal*  
148 *aus und gehe entsprechend Einkaufen. Vielleicht eine sechs, aber sicherlich nicht*  
149 *mehr.*

150 A: Welche Bedingungen muss eine App erfüllen, damit Sie sich regelmässig mit  
151 anderen Personen darin austauschen würden?

152 *B: Es darf nicht zeitaufwendig sein. Ich habe keine Zeit dafür, wirklich. Es muss so*  
153 *einfach wie möglich sein.*

154 A: Wie wichtig ist Ihnen im Allgemeinen der soziale Austausch mit anderen  
155 Menschen?

156 *B: Ja, schon sehr wichtig.*

157 A: Tauschen Sie sich über das Internet mit anderen Personen aus?

158 *B: Ja. Aber nicht so viel. Nicht mal mehr E-Mail und wenn dann eher geschäftlich für*  
159 *meinen Mann und nicht wirklich privat. Und sonst auf What's App.*

160 A: Sind das meistens Personen, die sie bereits kennen und sowieso regelmässig  
161 treffen?

162 *B: Ja. Eigentlich schon.*

163 A: Tauschen Sie sich eher mit Personen aus, die Sie nur ab und zu oder selten  
164 treffen?

165 *B: In diesem Zusammenhang vielleicht für die Organisation von Dingen aus der*  
166 *Schule / Kindergarten der Kinder mit den anderen Eltern.*

167 A: Tauschen Sie sich auch mit Personen aus, die Sie noch nie getroffen haben?

168 *B: Ja, zwar weniger, aber dann mit Personen mit denen ich geschäftlich zu tun habe*  
169 *oder von meinem ehemaligen Hobby aus. Dies dann über E-Mail.*

170 A: Zu welchen Zwecken tauschen Sie sich aus?

171 ...um sich zu informieren

172 ...um Ideen zu entwickeln

173 ...um zu diskutieren

- 174 ...um mehr über andere zu erfahren  
175 ...um andere kennen zu lernen  
176 ...um Dinge zu lernen  
177 ...um anderen Informationen anzubieten  
178 ...um Entscheidungen zu treffen  
179 ...um mein Wissen zu teilen  
180 **B: Ja, um etwas fragen, um eine Antwort zu kriegen, um Informationen zu teilen...**  
181 A: Wie wichtig ist es für Sie, sich innerhalb einer App virtuell mit anderen Nutzerinnen  
182 und Nutzer auszutauschen?  
183 0 gar nicht wichtig / 10 sehr wichtig  
184 **B: Auf What's App schon eine acht.**  
185 A: Was spricht dafür / Was spricht dagegen?  
186 **B: Dafür spricht, dass es schnell geht. Am Telefon ist man immer etwas länger dran**  
187 **oder man weiss nicht ob es jetzt gerade jemanden stört oder so. Und What's App**  
188 **kann man gerade irgendwo schnell machen.**
- 189 A: Sie haben vorher angegeben, dass Sie sich vor allem mit Bekannten Personen  
190 aber zwischendurch auch mit unbekanntem Personen virtuell austauschen.  
191 Inwiefern könnten diese Personen beeinflussen welche Lebensmittel sie einkaufen  
192 und/oder zubereiten?  
193 **B: Nur insofern, wenn sie mir eine gute Idee geben und es mich sehr „glushted“,**  
194 **dass auch mal auszuprobieren. Dann schon.**  
195 **Oder wenn ich von jemandem etwas erfahre, wie zum Beispiel, dass die Tiere von da**  
196 **und da sehr schlecht gehalten werden, und ich das nicht gewusst habe, dann**  
197 **beeinflusst mich das schon sehr. Dann spielt es auch keine Rolle, wer mir das sagt.**  
198 A: Bei Ihrer Menüwahl - Hätte ein physischer zwischenmenschlicher sozialer  
199 Austausch einen anderen Einfluss auf Sie als ein virtueller?  
200 **B: Nein, ich glaube nicht.**  
201 A: Können Sie mir Ihre Antwort bitte begründen?  
202 **B: Zwischenmenschlich unterhält man sich zwar tiefer, was zum Beispiel auf What's**  
203 **App wegfällt, darum habe ich zuerst gedacht es hätte mehr Einfluss. Doch denke ich,**  
204 **wenn mir jemand eine gute Idee schreibt, dann spielt es keine Rolle ob ich die Person**  
205 **gesehen habe oder nur die Informationen kriege. Es muss mich halt einfach**  
206 **überzeugen, egal ob virtuell oder nicht!**  
207 A: Wenn Sie im Internet eine Dienstleistung oder ein Produkt kaufen, lesen Sie dazu  
208 Rezensionen und/oder Empfehlungen von anderen Personen?  
209 **B: Für ein Produkt? Ja, mache ich zwar selten, aber ich lese Rezensionen. Selber**  
210 **schreibe ich aber keine.**  
211 A: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Dienstleistungen und Produkte bereits von anderen  
212 Personen bewertet wurden?  
213 Können Sie mir ihre Antwort bitte begründen?  
214 **B: Ja, wenn etwas nicht bewertet ist, dann frage ich mich, warum dies eigentlich nicht**  
215 **bewertet wurde. Wenn Bewertungen vorhanden sind, dann finde ich es cool. Ist mir**  
216 **schon noch wichtig. Aber wenn ich dies selber nicht mache, kann ich auch nicht**  
217 **erwarten, dass es andere machen.**

- 218 A: Bitte führen Sie sich eine App zum Thema gesunde & nachhaltige Ernährung vor  
219 Augen.
- 220 Ich lege ihnen jetzt ein paar Kärtchen vor, auf denen verschiedene soziale  
221 Einflusssituationen festgehalten sind.
- 222 Denken Sie, die Situation hätte einen Einfluss auf ihre Ernährungsentscheidung?  
223 Würden Sie diese App-Funktion nutzen?
- 224 Auf welche Weise würde die App-Funktion ihre Ernährungsentscheidung  
225 beeinflussen?
- 226 A: Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über  
227 Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.
- 228 *B: Ja, das finde ich gut. Das hätte sicher einen Einfluss. Ich würde die Rezension  
229 lesen.*
- 230 A: Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos & Videos durch App Nutzende  
231 *B: Ich finde es immer ein bisschen schwierig, wenn alle mitmachen und zum Beispiel  
232 nicht gut fotografieren können, dann muss man aus einer riesigen Flut wieder das  
233 Gute suchen. Da hätte ich wenig Lust darauf. Fände es wohl besser, nur vom App-  
234 Anbieter Rezepte, Videos etc. zu erhalten.*
- 235 A: Die Gründung von Communities. (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu  
236 Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten, z.B. vegane Ernährung).
- 237 *B: Das ist sicher wichtig, damit man auf eine Art einen Ast hat, wo man sich einordnen  
238 kann. Ja, ich würde auch in einer Community reinschauen.*
- 239 A: Nutzerinnen und Nutzer teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit  
240 anderen App Nutzenden. (Teilen von Rezepten aus dem eigenen Repertoire)
- 241 *B: Wenn man das trennen könnte, also sprich zum Beispiel einen Ordner wo man die  
242 Menüs der Nutzenden auffinden könnte, wäre es okay. Dann kann man schauen oder  
243 halt nicht. Aber wenn das in der ganzen anderen Flut ist, dann wäre mir das zu viel.*
- 244 A: Nutzerinnen und Nutzer „ liken“ die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.  
245 *B: Finde ich okay.*
- 246 A: Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer Nutzerinnen  
247 und Nutzer. („Likes“ setzen).
- 248 *B: Das finde ich schwierig, wenn ein Rezept erst frisch veröffentlicht ist, dann hat es  
249 sowieso noch nicht so viele „Likes“. Aber vielleicht sieht man das ja an dem Datum.  
250 Es ist okay, wenn man das macht, ich bräuchte das nicht zwingend.*
- 251 A: Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten  
252 *B: Nein, ich habe genug Kontakte und es ist schon schwierig diese zu pflegen.*
- 253 A: Den Rezeptentwickler zu „folgen“. (z.B. jemanden welcher bei den Rezepten den  
254 Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
- 255 *B: Ja, das finde ich gut.*
- 256 A: Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können Nutzerinnen und  
257 Nutzer direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren  
258 Vergleichsgruppen ziehen.
- 259 *B: Nein, ich glaube das bräuchte ich nicht.*
- 260 A: Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen Nutzerinnen und Nutzer. (z.B.  
261 von Freunden oder/und unbekanntenen Personen mit ähnlichen  
262 Ernährungsgewohnheiten)

263 *B: Ich würde sicher schauen, aber ich würde nichts darauf schreiben, was ja nicht*  
 264 *ganz fair ist. Aber sicher würde ich schauen gehen, das gäbe wieder etwas Inspiration.*

265 A: Standortangaben veröffentlichen (Mit den Angaben zum Wohnort können  
 266 spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangaben etc. geteilt werden. Es  
 267 könnten „gleichgesinnte“ App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen  
 268 werden.)

269 *B: Also mir ginge es nicht ums Treffen, aber vielleicht eine Information über eine*  
 270 *Veranstaltung wäre schon noch gut. Aber ich habe Mühe damit, Informationen von*  
 271 *mir auf dem Netz zu teilen, das mag ich nicht.*

272 A: Bitte ordnen Sie die App-Funktionen nach der für Sie empfundenen Wichtigkeit  
 273 (dies in Bezug auf die soziale Beeinflussung bei Ernährungsentscheidungen).

<b>Die Gründung von Communities</b> (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten)
<b>Den RezeptentwicklerInnen«folgen».</b> (z.B. jemand welcher bei den Rezepten den Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
<b>Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.</b>
<b>Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen NutzerInnen.</b> (z.B. von Freunden oder/und unbekanntem Personen mit ähnlichen Ernährungsgewohnheiten)
<b>NutzerInnen « liken » die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.</b>
<b>Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer NutzerInnen («Likes» setzen).</b>
<b>Standortangaben veröffentlichen</b> (Mit den Angaben zum Wohnort können spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangebote etc. geteilt werden. Es können «gleichgesinnte» App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen werden.)
<b>NutzerInnen teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit anderen App Nutzenden.</b>
<b>Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können NutzerInnen direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren Vergleichsgruppen ziehen.</b>
<b>Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-Nutzende.</b>
<b>Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten.</b>

274 A: Kennen Sie noch andere Formen von virtuellen sozialen Austausch- oder  
 275 Einflussituationen, welche in einer solchen App angewandt werden könnten?

276 *B: Nein, jetzt gerade nicht. Kommt mir dann in den Sinn, wenn ich nach Hause laufe*  
 277 *(lacht).*

278 A: Soziale Netzwerkkontakte können einen Konformitätsdruck auslösen. Kennen Sie  
 279 dieses Phänomen?

280 *B: Nein, da stehe ich darüber. Aber ich habe ja auch weniger den Austausch.*

281 A: Welche Informationen würden Sie in der App gerne mit anderen Usern teilen?

282 *B: Einfach sachliche Dinge, wenn dann einfach ein Rezept. Aber nicht Persönliches.*

283 A: Welche Angaben anderer Nutzerinnen und Nutzer würden Sie gerne einsehen?

284 *B: Wirklich nur das Rezept.*

285 A: Welche Informationen würden Sie auf keinen Fall teilen wollen?

286 *B: Alles Persönliche.*

287 A: Haben Sie sonst noch Anmerkungen?

288 *B: Es ist mir noch schwierig gefallen, weil ich nicht so aktiv bin beim Nutzen von Apps.*  
 289 *Was könnte es da noch geben?*

290 *Swissmilk ist eine „gäbige“ App, da kann ich beispielsweise Tomaten eingeben und*  
291 *dann kommen Rezepte wo es Tomaten drin hat. Wenn man im Moment gerade keine*  
292 *Idee hat, was man aus dem Produkt machen soll, dann kann man sich dort gute Inputs*  
293 *holen.*

294 A: Haben Sie noch Fragen zur Studie oder zur App?

295 *B: Nein.*

**Interview E mit S.F., weiblich, am 19. Februar 2018, Dauer: 1 Stunde 4 Minuten****Transkript****Teil 1: Screening Fragen**

- 1 A: *Bitte geben Sie an wie alt Sie sind?*
- 2 B: *35 Jahre*
- 3 A: *Wie viele Personen leben in ihrem Haushalt?*
- 4 B: *Drei Personen*
- 5 A: *Wie viele davon sind Kinder?*
- 6 B: *Eine Person*
- 7 A: *Sind sie zurzeit berufstätig?*
- 8 B: *Ja, zu 40%*
- 9 A: *Wie häufig kochen oder bereiten Sie persönlich eine Mahlzeit zu?*
- 10 B: *Mehrmals pro Woche.*
- 11 A: *Besitzen Sie ein Smartphone oder ein anderes mobiles Endgerät (z.B. ein Tablet)*
- 12 *welches die Installation und Verwendung von mobilen Applikationen (Apps) zulässt?*
- 13 B: *Ja*
- 14 A: *Nutzen Sie regelmässig eine App?*
- 15 B: *Ja. Facebook, Instagram, SBB App, News Apps wie 20Minuten, Pinterest,*
- 16 *Safari als Browser, auch mit Rezept-Links, Schwangerschaft-App, Babycenter-App,*
- 17 *Still-App, What's App, Messenger, E-Mail App, Online Shop App mit unterschiedlichen*
- 18 *Artikel, Tesla App -> dann kann ich das Auto aufwärmen bevor ich in die Garage gehe*
- 19 *(lacht!), Homecenter App von Apple -> damit kann ich die Lichter im Haus steuern*
- 20 *und dann habe ich noch die Sonos-App um Musik im Haus zu steuern.*
- 21 A: *In den folgenden zwei Fragen geht es um Ihr persönliches Verhalten beim Kauf*
- 22 *von Produkten.*
- 23 *Bitte geben Sie mit 1 an, wenn Sie das Genannte immer tun beziehungsweise mit 6*
- 24 *wenn Sie es nie tun – mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Antwort*
- 25 *entsprechend Ihrem persönlichen Verhalten genauer abstufen.*
- 26 *Bitte geben Sie an, wie häufig Sie in den letzten vier Wochen beim Kauf von*
- 27 *Lebensmitteln und Getränken Bio-Produkte gewählt haben.*
- 28 1 Immer
- 29 2
- 30 3
- 31 4
- 32 5
- 33 6 Nie
- 34 7 Weiss nicht
- 35 *Betrifft mich nicht*
- 36 B: *Immer*
- 37 A: *Wie häufig haben Sie in der letzten Woche bei Ihrer Hauptmahlzeit Fleisch*
- 38 *gegessen?*
- 39 *Nie*
- 40 *Einmal die Woche oder seltener*

41 2 bis 3 Mal pro Woche

42 4 bis 5 Mal pro Woche

43 Täglich

44 **B: Vier bis fünf Mal pro Woche**

45 A: Im Folgenden hören Sie drei Aussagen. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie der  
46 entsprechenden Aussage voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht  
47 zustimmen.

48 Zu einem guten Leben gehört für mich eine intakte natürliche Umwelt unbedingt dazu

49 **B: Voll und ganz**

50 Beim Kauf achte ich auf die Nachhaltigkeit der Produkte (Umweltverträglichkeit,  
51 Langlebigkeit, faire Arbeitsbedingungen)

52 **B: Eher. Eigentlich schaue ich schon darauf, auch bei Lebensmittel kaufe ich  
53 teilweise Bio und bei der Kleidung achte ich darauf, aber nicht bei allem.**

54 Ich achte darauf, dass ich gesunde Lebensmittel zu mir nehme

55 **B: Eher, also ich esse sehr viel Schokolade.**

56 Ich esse worauf ich Lust habe, unabhängig davon, ob die Lebensmittel gesund sind  
57 oder nicht

58 **B: Im Moment esse ich alles vorauf ich Lust habe, wenn ich nicht schwanger bin,  
59 dann schaue ich eher darauf. Einerseits weil ich gegenüber meinem Sohn eine  
60 Vorbildfunktion habe und auch wegen mir, weil ich mich nicht so ungesund ernähren  
61 möchte.**

## 62 **Teil 2: Hauptfragen**

63 A: Am Telefon haben Sie angegeben, dass Ihr Haushalt aus drei Personen besteht.  
64 Kann ich davon ausgehen, dass Sie meistens Mahlzeiten für mehrere Personen  
65 zubereiten?

66 **B: Ja, in der Zwischenzeit koch ich für mehrere Personen.**

67 A: Wenn Sie für mehrere Personen kochen, inwiefern bestimmen diese was sie  
68 zubereiten?

69 **B: Eigentlich gar nicht, eigentlich sage ich was es gibt. Seit unser Sohn auf der Welt  
70 ist, essen wir eher ausgewogen. Es gibt häufiger Gemüse und auch etwas weniger  
71 Fleisch. Er muss von allem probieren.**

72 A: Bei Ihren Ernährungsentscheidungen, welchen Einfluss hat ihr ...

73 ... nahes soziales Umfeld (Familie, enge Freunde)?

74 **B: Eigentlich sehr wenig. Einzig mein Mann, wenn er zum Beispiel Fenchel nicht mag,  
75 dann koche ich das nicht. Entsprechend hat er schon Einfluss. Darauf achte ich schon.  
76 Am Wochenende sprechen wir uns auch ab und entscheiden gemeinsam, was es  
77 zum Essen gibt.**

78 ... erweitertes soziales Umfeld (Verwandte, Freunde, Bekannte)?

79 **B: Keinen Einfluss.**

80 ... haben unbekannte Drittpersonen (z.B. über Internet, Autoren)?

81 **B: Nein, nicht explizit, dass ich das jetzt benennen könnte. Betty Bossi beeinflusst  
82 mich aber schon (lacht). Manchmal schaue ich im Internet nach Rezepten. Ein Buch  
83 über Babynahrung habe ich auch einmal gelesen, es hatte aber nur sehr einfache  
84 Breirezepte darin und war nicht sehr inspirierend. Habe dies nicht weiterverfolgt.**

- 85 A: Auf einer Skala von 0 bis 10 – wie viel Einfluss nimmt ihr nahes soziales Umfeld  
86 auf ihre Ernährungsentscheidungen?
- 87 **B: Nahes soziales Umfeld würde ich sagen eine sechs.**
- 88 A: Auf welche Art und Weise nimmt ihr nahes soziales Umfeld Einfluss auf ihre  
89 Ernährungsentscheidungen?
- 90 **B: Indem sie zu verstehen geben, was sie mögen und was nicht. In der gemeinsamen**  
91 **Absprache.**
- 92 A: Gibt es Personen mit welchen Sie sich konkret zum Thema gesunde & nachhaltige  
93 Ernährung austauschen?
- 94 In welcher Beziehung stehen Sie zu dieser/diesen Personen?
- 95 **B: Nein.**
- 96 A: Stellen Sie sich folgende Situation vor:  
97 Eine gute Freundin / ein guter Freund berichtet Ihnen im Supermarkt ausführlich, dass  
98 Gemüse welches ausserhalb der eigentlichen Saison konsumiert wird, ein Vielfaches  
99 an Umweltbelastungen verursacht. Ganz anders als das im Freiland angebaute,  
100 saisonale Produkt.
- 101 Es ist Dezember, auf ihrer Einkaufsliste stehen Zucchini. Im Regal befinden sich  
102 Zucchini aus Spanien, die im Treibhaus herangereift sind, sie sind also nicht saisonal.  
103 Was geht Ihnen dabei als erstes durch den Kopf?
- 104 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Zucchini kaufen? Warum?
- 105 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich für ein anderes, saisonales Gemüse  
106 entscheiden? Weshalb?
- 107 **B: Grundsätzlich ist es bei mir so, dass ich wohl die Person wäre, die über saisonale**  
108 **Früchte und Gemüse einen Vortrag halten würde. Ich würde jetzt zum Beispiel nie**  
109 **Erdbeeren kaufen. Jedoch Zucchini aus Spanien die bio sind würde ich kaufen.**
- 110 **Wie gesagt, wenn sie bio sind würde ich sie kaufen, weil ich eine Vorstellung im Kopf**  
111 **habe, was ich gerne kochen würde und dies sonst meinen ganzen Plan**  
112 **durcheinanderbringen würde. Und ich in dem Moment vermutlich keine Zeit und Lust**  
113 **hätte eine Alternative zu überlegen.**
- 114 A: Ein Schweizer Consulting Unternehmen entwickelte eine mobile Applikation (kurz  
115 App) welche die gesundheitsförderliche und nachhaltige Ernährung der User  
116 ermöglichen soll. In ihrer Grundfunktion unterstützt die App mit konkreten  
117 Menüvorschlägen Konsumentinnen und Konsumenten darin, ihre Esspräferenzen  
118 und Motivationen in einfache, genussvolle und anpassungsfähige Rezepte zu  
119 verwandeln, die dabei noch gesund und nachhaltig sind.
- 120 A: Benutzen Sie Apps bei denen ein virtueller sozialer Austausch stattfindet? (z.B.  
121 Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest...)
- 122 **B: Ja. Am ehesten bei Instagram – dort werden Fotos gepostet und kommentiert.**  
123 **Dann mit meinen besten Freundinnen, weil alle dort drauf sind. Ich benutze es aber**  
124 **sehr eingeschränkt und poste selber sehr wenig. Normalerweise reagiere ich auf etwas**  
125 **was jemand anderes geschrieben hat. Von mir persönlich gebe ich sehr wenig**  
126 **bekannt. Bei Instagram wohl noch am meisten, aber auch nur so einmal im Monat**  
127 **etwas. Also von mir selbst aus kommt wenig, aber wenn jemand etwas schreibt dann**  
128 **interagiere ich schon.**
- 129 **Über Facebook tausche ich mich vor allem mit meiner englischsprachigen**  
130 **Verwandtschaft aus. Dann chatten wir über den Messenger von Facebook oder auch**  
131 **über What's App.**

132 A: Bitte beschreiben Sie mir möglichst ausführlich, wie die (einzelnen) sozialen  
133 Interaktionsprozesse aussehen.

134 *B: Bei Pinterest merke ich mir Sachen, das heisst ich „Pinne“ sie. Aber ich habe noch  
135 nie etwas von mir hochgeladen. Ich bin zwar noch nicht so lange dabei, werde es aber  
136 vermutlich trotzdem nicht machen. Bei mir ist es schon sehr eingeschränkt, was ich  
137 von mir preisgebe. Ich finde es ist schon ausreichend, wenn ich Dinge „like“, damit  
138 gebe ich ja eigentlich schon ganz viel von meinen Präferenzen preis.*

139 A: Was motiviert Sie, genau solche Apps zu nutzen?

140 *B: Einfache, schnelle Kommunikation bei What's App und über den Messenger von  
141 Facebook.*

142 A: Kennen und/oder sind Sie aktiv bei anderen virtuellen sozialen  
143 Interaktionsprozessen?

144 *B: Nein.*

145 A: Angenommen Sie könnten eine App, die Sie dabei unterstützt, sich nachhaltiger  
146 und gesünder zu ernähren selbst programmieren, welche sozialen Interaktionsformen  
147 würden Sie sich wünschen? Warum?

148 würden sie implementieren? Warum genau diese?

149 *B: Ja wahrscheinlich würde ich mir wünschen, dass ich mich mit einem ausgewählten  
150 Benutzerkreis austauschen könnte, also Menüs und Rezepte teilen. Aber wirklich mit  
151 ausgewählten Personen die ich selber bestimmen bzw. auswählen kann.*

152 *Vielleicht austauschen und andere Rezepte mir merken, so dass ich diese für mich  
153 speichern kann. Evtl. sogar nach „Menüart“, also so ein bisschen Themenbezogen  
154 ordnen und gliedern kann. Vielleicht nach Frühstück, Mittagessen, Abendessen oder  
155 nach zeitlichem Aufwand für die Menüs, oder speziell für Kinder geeignet, etc.*

156 A: Welche virtuellen sozialen Interaktionsprozesse würden Sie motivieren, eine App  
157 vermehrt zu nutzen?

158 *B: Ich würde die App wohl eher für mich nutzen. Da ich auf den sozialen Medien nicht  
159 wirklich agiere, sondern eher reagiere. Also die sozialen Interaktionsformen dürfen  
160 geringer ausfallen.*

161 A: Inwiefern, denken Sie, würden die virtuellen sozialen Interaktionsprozesse Ihr  
162 Ernährungsverhalten beeinflussen? (z.B. welche Lebensmittel gekauft werden, wo  
163 eingekauft wird, wie etwas zubereitet wird (Kochtechnik und/oder Rezepte), neue  
164 Produkte ausprobieren...)

165 Auf einer Skala von 0 bis 10, wie gross würden sie den Einfluss durch virtuelle soziale  
166 Interaktionsprozesse schätzen?

167 *B: Ich würde sagen so eine fünf, also etwa in der Mitte. Kommt halt immer darauf an,  
168 wer den Input gibt. Also ich würde nicht einfach etwas blind, ohne zu hinterfragen  
169 übernehmen. Also wenn jetzt zum Beispiel ein „neuer Superfood“ rauskommt, wie  
170 zum Beispiel die Chiasamen und jemand sagen würde, das musst Du unbedingt  
171 essen, da wäre ich eher kritisch. Blind einfach etwas nachmachen, das mache ich  
172 nicht. Aber wenn ich jemanden kenne und ihm wirklich vertraue oder in meinem  
173 näheren sozialen Umfeld ist, dann würde ich schon das eine oder andere  
174 ausprobieren.*

175 A: Welche Bedingungen muss eine App erfüllen, damit Sie sich regelmässig mit  
176 anderen Personen darin austauschen würden?

177 *B: Eine Grundbedingung für mich wäre, dass ich den Benutzerkreis einschränken*  
 178 *kann. Dass ich eindeutig zuordnen kann, wer wie viel sieht, ja, das ist eigentlich meine*  
 179 *Hauptbedingung bei einer solchen App.*

180 *Alles andere muss man vermutlich aus der Hand geben, also so von wegen*  
 181 *Datenschutz. Gerade bei den grossen App-Anbieter ist es einfach so.*

182 A: Wie wichtig ist Ihnen im Allgemeinen der soziale Austausch mit anderen  
 183 Menschen?

184 *B: Das ist mir schon sehr wichtig. Wenn ich andere Erfahrungen, jetzt zum Beispiel*  
 185 *gerade bei der Kindererziehung, bin ich froh, wenn ich mich mit anderen austauschen*  
 186 *kann, die in der gleichen oder ähnlichen Situation sind.*

187 *Und auch was das kochen angeht, tausche ich mich mit meinen Freundinnen aus.*  
 188 *Also auch einfach um neue Ideen zu erhalten.*

189 A: Tauschen Sie sich über das Internet mit anderen Personen aus?

190 *B: Ja.*

191 A: Sind das meistens Personen, die sie bereits kennen und sowieso regelmässig  
 192 treffen?

193 *B: Ja. Kommt darauf an, was regelmässig heisst. Aber ich tausche mit nicht mit*  
 194 *fremden Personen aus.*

195 A: Tauschen Sie sich eher mit Personen aus, die Sie nur ab und zu oder selten  
 196 treffen?

197 *B: Ja, das sicher.*

198 A: Tauschen Sie sich auch mit Personen aus, die Sie noch nie getroffen haben?

199 *B: Aber mit fremden eher nicht. Ich lese zwar in Foren mit, stelle aber aktiv selber*  
 200 *keine Fragen.*

201 A: Zu welchen Zwecken tauschen Sie sich aus?

202 ...um sich zu informieren

203 ...um Ideen zu entwickeln

204 ...um zu diskutieren

205 ...um mehr über andere zu erfahren

206 ...um andere kennen zu lernen

207 ...um Dinge zu lernen

208 ...um anderen Informationen anzubieten

209 ...um Entscheidungen zu treffen

210 ...um mein Wissen zu teilen

211 *B: Persönliche Erfahrungen von anderen zu gewissen Themen, also als Rat.*

212 *Auch einfach um sich ausgetauscht zu haben, also einfach um geredet zu haben.*  
 213 *Wohl das normalste. Ähm, ist eigentlich noch schwierig... Ja, um Dinge von anderen*  
 214 *zu erfahren. Um Wissen zu teilen, also wenn zum Beispiel eine Kollegin zum ersten*  
 215 *Mal Schwanger ist und sie mich Dinge fragt, dann ist das natürlich selbstverständlich,*  
 216 *dass wir uns austauschen. Aber immer im geschlossenen Rahmen. Da gehe ich nicht*  
 217 *darüber hinaus.*

218 *Neue Ideen entwickeln sicher auch und andere Herangehensweisen zu sehen. Nicht,*  
 219 *um die auch zwingend umzusetzen, sondern einfach um zu sehen, wir andere*

- 220 *Personen Dinge angehen, auch einfach aus Interesse. Und daraus das Beste für mich*  
221 *rauszuholen.*
- 222 A: Wie wichtig ist es für Sie, sich innerhalb einer App virtuell mit anderen Nutzerinnen  
223 und Nutzer auszutauschen?
- 224 0 gar nicht wichtig / 10 sehr wichtig
- 225 *B: Ist mir eben nicht so wichtig.*
- 226 A: Was spricht dafür / Was spricht dagegen?
- 227 *B: Dagegen spricht, dass ich möglichst wenig von mir preisgeben möchte. Ich möchte*  
228 *nicht, dass Dinge von mir unkontrolliert im Netz stehen, weil man nie weiss, wer das*  
229 *Gegenüber ist. Und darum ist mir die Anonymität und meine Privatsphäre sehr wichtig.*
- 230 A: Sie haben vorher angegeben, dass Sie sich vor allem mit Bekannten virtuell  
231 austauschen.
- 232 Inwiefern könnten diese Personen beeinflussen welche Lebensmittel sie einkaufen  
233 und/oder zubereiten?
- 234 *B: Wahrscheinlich, wenn mehrere in meinem Bekanntenkreis sagen würden, das ist*  
235 *sehr gut, dann würde ich mich beeinflussen lassen. Wenn es nur jemand sagt, dann*  
236 *würde ich für mich denken, mal schauen und im Nachhinein wohl noch*  
237 *nachrecherchieren. Vorausgesetzt es interessiert mich. Aber ich würde sicherlich*  
238 *noch weitere Informationen zum Thema einholen, also eben wie mit diesen Superfood*  
239 *Geschichten, ich muss nicht Samen welche aus Südamerika eingeflogen werden,*  
240 *konsumieren, wenn sie das gleiche bewirken wie zum Beispiel Leinsamen aus der*  
241 *Schweiz.*
- 242
- 243 *Meine beste Freundin zum Beispiel hat, was Ernährung angeht, eine ganz andere*  
244 *Einstellung. Am meisten Einfluss hat mein Partner. Aber er musste sich auch daran*  
245 *gewöhnen, dass wir jetzt halt einfach Bio kaufen, auch wenn er das nicht würde.*
- 246 *Ich mache gerne meine eigenen Erfahrungen, und darum ist es eher schwierig mich*  
247 *zu beeinflussen. Also ich probiere schon mal was aus, aber wenn ich dann das Gefühl*  
248 *habe, es macht für mich keinen Sinn, dann lasse ich es wieder bleiben.*
- 249 A: Bei Ihrer Menüwahl - Hätte ein physischer zwischenmenschlicher sozialer  
250 Austausch einen anderen Einfluss auf Sie als ein virtueller?
- 251 *B: Das denke ich schon.*
- 252 A: Können Sie mir Ihre Antwort bitte begründen?
- 253 *B: Wenn jemand vor mir sitzt und mir voller Begeisterung etwas erzählt, und ich auch*  
254 *noch spezifischer nachfragen könnte, würde ich das vermutlich auch mal*  
255 *ausprobieren. Anders in einer App, wenn da jemand schreibt, das ist super, dann wirkt*  
256 *das weniger auf mich. Das macht schon einen Unterschied.*
- 257 A: Wenn Sie im Internet eine Dienstleistung oder ein Produkt kaufen, lesen Sie dazu  
258 Rezensionen und/oder Empfehlungen von anderen Personen?
- 259 *B: Ja, eigentlich bei allem, ja wirklich bei fast allem.*
- 260 A: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Dienstleistungen und Produkte bereits von anderen  
261 Personen bewertet wurden?
- 262 Können Sie mir ihre Antwort bitte begründen?
- 263 *B: Doch das ist mir sehr wichtig, vor allem wenn ich gar keine Kenntnisse vom*  
264 *Produkt habe. Dann möchte ich gerne wissen, wie andere damit umgegangen sind.*  
265 *Also nur aus der Beschreibung kann man häufig nicht herauslesen, ob das Produkt*

- 266 *meine Anforderungen erfüllt. Darum vergleiche ich Rezensionen, vor allem wenn es*  
267 *etwas ist, was nicht alltäglich ist.*
- 268 *Es kann gut sein, dass ich relativ lange mit der Artikelnummer im Internet recherchiere*  
269 *und schaue, welche Erfahrungen andere mit dem spezifischen Produkt schon*  
270 *gemacht haben. Wenn ich jedoch nichts finde, dann frage ich nicht im Netz nach,*  
271 *sondern bestelle das Produkt und sende es allenfalls wieder zurück, wenn es meine*  
272 *Anforderungen nicht erfüllt.*
- 273 *Auch bei Hotels lese ich häufig die Rezensionen.*
- 274 *Das habe ich ein bisschen von meinem Partner übernommen, dass man zuerst*  
275 *ausführlich recherchiert, und nicht einfach das Erstbeste kauft.*
- 276 *Ich lese jeweils viele Rezensionen, damit ich für mich eine „Mischrechnung“ machen*  
277 *kann.*
- 278 A: Bitte führen Sie sich eine App zum Thema gesunde & nachhaltige Ernährung vor  
279 Augen.
- 280 Ich lege ihnen jetzt ein paar Kärtchen vor, auf denen verschiedene soziale  
281 Einflussituationen festgehalten sind.
- 282 Denken Sie, die Situation hätte einen Einfluss auf ihre Ernährungsentscheidung?  
283 Würden Sie diese App-Funktion nutzen?
- 284 Auf welche Weise würde die App-Funktion ihre Ernährungsentscheidung  
285 beeinflussen?
- 286 A: Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über  
287 Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.
- 288 *B: Begrenzt, wahrscheinlich. Es wird vermutlich einen Einfluss haben aber wie ich*  
289 *vorhin gesagt habe, ich würde mir schon selber noch Gedanken dazu machen.*
- 290 A: Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos & Videos durch App Nutzende  
291 *B: Eher weniger.*
- 292 A: Die Gründung von Communities. (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu  
293 Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten, z.B. vegane Ernährung).
- 294 *B: Wenn es eine Gruppe Kochen für Kinder geben würde, wäre das vermutlich die*  
295 *einzigste Community welche mich interessieren würde. Also so, dass es gerade zu*  
296 *meiner Lebenssituation passt.*
- 297 A: Nutzerinnen und Nutzer teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit  
298 anderen App Nutzenden. (Teilen von Rezepten aus dem eigenen Repertoire)
- 299 *B: Ja, ich glaube wahrscheinlich schon. Könnte mich beeinflussen, so mittelmässig*  
300 *vermutlich.*
- 301 A: Nutzerinnen und Nutzer „ liken“ die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.  
302 *B: Wahrscheinlich würde es mich beeinflussen, da ich vermutlich zuerst alle Rezepte*  
303 *welche am meisten positive Bewertungen erhalten haben durchgehen würde. Beim*  
304 *Rezeptfinden würde ich so vorgehen, darum hätte es einen grossen Einfluss.*
- 305 A: Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer Nutzerinnen  
306 und Nutzer. („Likes“ setzen).
- 307 *B: Für mich wahrscheinlich auch, es kommt auf die Rezeptfülle drauf an. Wenn es*  
308 *sehr viele Rezepte gibt z.B. zu Spaghetti Bolognese dann würde ich schon schauen,*  
309 *welches am meisten „Likes“ hat. Dabei ist es aber egal ob das Menü vom App-*  
310 *Anbieter oder von anderen Nutzern ist.*

- 311 A: Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten.  
 312 B: *Nein, ist mir nicht wichtig. Würde mich nicht animieren bzw. beeinflussen.*  
 313 A: Den Rezeptentwickler zu „folgen“. (z.B. jemanden welcher bei den Rezepten den  
 314 Fokus auf saisonale Menüs setzt.)  
 315 B: *Das könnte ich mir gut vorstellen, wenn ich das Gefühl der hat gute Ideen, dass*  
 316 *ich dann vermehrt von dieser Person Ideen übernehmen würde, wenn es für mich*  
 317 *aufgeht.*  
 318 A: Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können Nutzerinnen und  
 319 Nutzer direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren  
 320 Vergleichsgruppen ziehen.  
 321 B: *Wettbewerb ist für mich nicht relevant. Aber für mich selber wäre es schon*  
 322 *interessant, wenn ich zum Beispiel sehen würde, ein Menü hat einen niedrigen CO2*  
 323 *Ausstoss-Wert dann würde ich das vermutlich kochen. Aber einfach nur für mich.*  
 324 *Einen Vergleich muss ich nicht haben, ich muss mich nicht profilieren.*  
 325 A: Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen Nutzerinnen und Nutzer. (z.B.  
 326 von Freunden oder/und unbekannten Personen mit ähnlichen  
 327 Ernährungsgewohnheiten)  
 328 B: *Das würde mich vermutlich schon beeinflussen. Also vor allem von Leuten die ich*  
 329 *kenne oder wenn ich in einer spezifischen Community bin.*  
 330 A: Standortangaben veröffentlichen (Mit den Angaben zum Wohnort können  
 331 spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangaben etc. geteilt werden. Es  
 332 könnten „gleichgesinnte“ App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen  
 333 werden.)  
 334 B: *Spezifische Produktangebote und einen Hinweis zum Wochenmarkt könnte für*  
 335 *mich schon noch interessant sein.*  
 336 A: Bitte ordnen Sie die App-Funktionen nach der für Sie empfundenen Wichtigkeit  
 337 (dies in Bezug auf die soziale Beeinflussung bei Ernährungsentscheidungen).

<b>Den RezeptentwicklerInnen «folgen».</b> (z.B. jemand welcher bei den Rezepten den Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
<b>Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen NutzerInnen.</b> (z.B. von Freunden oder/und unbekannten Personen mit ähnlichen Ernährungsgewohnheiten)
<b>Standortangaben veröffentlichen</b> (Mit den Angaben zum Wohnort können spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangebote etc. geteilt werden. Es können «gleichgesinnte» App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen werden.)
<b>Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können NutzerInnen direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren Vergleichsgruppen ziehen.</b>
<b>Die Gründung von Communities</b> (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten)
<b>Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer NutzerInnen («Likes» setzen).</b>
<b>NutzerInnen « liken » die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.</b>
<b>Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.</b>
<b>NutzerInnen teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit anderen App Nutzenden.</b>
<b>Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-Nutzende.</b>
<b>Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten.</b>

- 338 A: Kennen Sie noch andere Formen von virtuellen sozialen Austausch- oder  
339 Einflussituationen, welche in einer solchen App angewandt werden könnten?
- 340 *B: Nein.*
- 341 A: Soziale Netzwerkkontakte können einen Konformitätsdruck auslösen. Kennen Sie  
342 dieses Phänomen?
- 343 *B: Nein, ist bei mir nicht wirklich der Fall. Ich habe keine Fremden in meinen sozialen*  
344 *Kontakten und mit denen, wo ich mich regelmässig austausche, kann es zwar schon*  
345 *mal zu Konformitäten kommen, aber ich würde nicht einfach etwas machen, nur weil*  
346 *es der andere macht. Ich hinterfrage stark, was andere machen.*
- 347 *Meistens ist es ja so, dass man in den sozialen Medien sowieso nur das „Gute“*  
348 *preisgibt.*
- 349 A: Welche Informationen würden Sie in der App gerne mit anderen Usern teilen?
- 350 *B: Von mir aus, eigentlich wenig. Ich würde keine Rezeptvorschläge machen. Ich*  
351 *würde vielleicht sagen wie ich heisse, oder vielleicht auch einfach unter einem*  
352 *Pseudonym.*
- 353 A: Welche Angaben anderer Nutzerinnen und Nutzer würden Sie gerne einsehen?
- 354 *B: Alles natürlich, das ist schon so (lacht). Andere Sachen zu sehen ist immer*  
355 *spannend.*
- 356 A: Welche Informationen würden Sie auf keinen Fall teilen wollen?
- 357 *B: Keine Namen und Alter von Familienmitglieder. Alles was meine Familie angeht,*  
358 *da bin ich heikel.*
- 359 A: Haben Sie sonst noch Anmerkungen?
- 360 *B: Ich würde so eine App vermutlich nutzen. Es gibt viele Rezept-Apps, aber wenige*  
361 *davon schauen auch auf die Nachhaltigkeit oder sind mit weiteren Informationen*  
362 *verknüpft, so zum Beispiel Informationen darüber, wo ich die passenden Zutaten in*  
363 *meiner Umgebung bekomme, das fände ich schon spannend.*
- 364 A: Haben Sie noch Fragen zur Studie oder zur App?
- 365 *B: Nein*

**Interview F mit B.W., weiblich, am 27. Februar 2018, Dauer: 40 Minuten****Transkript****Teil 1: Screening Fragen**

- 1 A: *Bitte geben Sie an wie alt Sie sind?*
- 2 B: *38 Jahre*
- 3 A: *Wie viele Personen leben in ihrem Haushalt?*
- 4 B: *Drei Personen*
- 5 A: *Wie viele davon sind Kinder?*
- 6 B: *Eine Person*
- 7 A: *Sind sie zurzeit berufstätig?*
- 8 B: *Ja, Teilzeit.*
- 9 A: *Wie häufig kochen oder bereiten Sie persönlich eine Mahlzeit zu?*
- 10 B: *Mehrmals täglich.*
- 11 A: *Besitzen Sie ein Smartphone oder ein anderes mobiles Endgerät (z.B. ein Tablet)*  
12 *welches die Installation und Verwendung von mobilen Applikationen (Apps) zulässt?*
- 13 B: *Ja.*
- 14 A: *Nutzen Sie regelmässig eine App?*
- 15 B: *Ja. Am häufigsten What's App.*
- 16 A: *In den folgenden zwei Fragen geht es um Ihr persönliches Verhalten beim Kauf*  
17 *von Produkten.*
- 18 *Bitte geben Sie mit 1 an, wenn Sie das Genannte immer tun beziehungsweise mit 6*  
19 *wenn Sie es nie tun – mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Antwort*  
20 *entsprechend Ihrem persönlichen Verhalten genauer abstimmen.*
- 21 *Bitte geben Sie an, wie häufig Sie in den letzten vier Wochen beim Kauf von*  
22 *Lebensmitteln und Getränken Bio-Produkte gewählt haben.*
- 23 1 Immer
- 24 2
- 25 3
- 26 4
- 27 5
- 28 6 Nie
- 29 7 Weiss nicht
- 30 Betrifft mich nicht
- 31 B: *Immer*
- 32 A: *Wie häufig haben Sie in der letzten Woche bei Ihrer Hauptmahlzeit Fleisch*  
33 *gegessen?*
- 34 *Nie*
- 35 *Einmal die Woche oder seltener*
- 36 *2 bis 3 Mal pro Woche*
- 37 *4 bis 5 Mal pro Woche*
- 38 *Täglich*
- 39 B: *Zwei bis dreimal pro Woche.*

40 A: Bitte nennen Sie mir die Gründe warum Sie nicht häufiger Fleisch essen?

41 B: *Ich habe das Gefühl, es ist nicht nötig, mehr Fleisch zu essen.*

42 A: Im Folgenden hören Sie drei Aussagen. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie der  
43 entsprechenden Aussage voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht  
44 zustimmen.

45 Zu einem guten Leben gehört für mich eine intakte natürliche Umwelt unbedingt dazu

46 B: *Voll und ganz*

47 Beim Kauf achte ich auf die Nachhaltigkeit der Produkte (Umweltverträglichkeit,  
48 Langlebigkeit, faire Arbeitsbedingungen)

49 B: *Ja, soweit möglich.*

50 Ich achte darauf, dass ich gesunde Lebensmittel zu mir nehme

51 B: *Nicht immer.*

52 Ich esse worauf ich Lust habe, unabhängig davon, ob die Lebensmittel gesund sind  
53 oder nicht

54 B: *Ja, das stimmt.*

## 55 **Teil 2: Hauptfragen**

56 A: Am Telefon haben Sie angegeben, dass Ihr Haushalt aus drei Personen besteht.  
57 Kann ich davon ausgehen, dass Sie meistens Mahlzeiten für mehrere Personen  
58 zubereiten?

59 B: *Ja, meistens schon.*

60 A: Wenn Sie für mehrere Personen kochen, inwiefern bestimmen diese was sie  
61 zubereiten?

62 B: *Gar nicht (lacht). Gut, ich weiss halt was mein Mann nicht gerne mag, das koche  
63 ich dann auch nicht. Und meine Tochter frage ich schon gar nicht, oder «noch» nicht.*

64 A: Bei Ihren Ernährungsentscheidungen, welchen Einfluss hat ihr ...

65 ... nahes soziales Umfeld (Familie, enge Freunde)?

66 B: *Keinen grossen.*

67 ... erweitertes soziales Umfeld (Verwandte, Freunde, Bekannte)?

68 B: *Meine Arbeitsstelle und meine Arbeitskollegen haben sicher einen grossen  
69 Einfluss.*

70 ... haben unbekannte Drittpersonen (z.B. über Internet, Autoren)?

71 B: *Bei der Arbeit ist natürlich Essen das Thema Nummer eins. Von morgen früh bis  
72 abends dreht sich alles ums Essen (lacht). Aktuell ist auch die Kinderküche ein  
73 grosses Thema. Das beeinflusst mich dann schon, da ich zuhause auch für eine  
74 Familie mit Kind koche.*

75 A: Auf einer Skala von 0 bis 10 – wie viel Einfluss nimmt ihr erweitertes soziales  
76 Umfeld auf ihre Ernährungsentscheidungen?

77 B: *Der Einfluss durch meine Arbeitgeberin schätze ich auf der Skala so mit einer vier  
78 ein.*

79 A: Auf welche Art und Weise nimmt ihr erweitertes soziales Umfeld Einfluss auf ihre  
80 Ernährungsentscheidungen?

81 B: *Vor allem mit den Trendprodukten. Die bereite ich dann Zuhause auch gerne mal  
82 zu, aber es ist nicht so, dass ich dann nur diesen Trends folge. Aber es hat immer  
83 wieder spannende Sachen dabei.*

84 A: Gibt es Personen mit welchen Sie sich konkret zum Thema gesunde & nachhaltige  
85 Ernährung austauschen?

86 In welcher Beziehung stehen Sie zu dieser/diesen Personen?

87 *B: Es ist halt schon immer mehr Thema, vor allem mit Kindern. Da tausche ich mich  
88 schon mit Bekannten und Freundinnen aus, die auch Kinder haben. So, was die  
89 anderen so zubereiten. Eher im näheren sozialen Umfeld, Freundinnen und zum  
90 Beispiel mit meiner Schwägerin.*

91 *Und bei der Arbeit mit meinen Arbeitskollegen/innen natürlich.*

92 A: Stellen Sie sich folgende Situation vor:

93 Eine gute Freundin / ein guter Freund berichtet Ihnen im Supermarkt ausführlich, dass  
94 Gemüse welches ausserhalb der eigentlichen Saison konsumiert wird, ein Vielfaches  
95 an Umweltbelastungen verursacht. Ganz anders als das im Freiland angebaute,  
96 saisonale Produkt.

97 Es ist Dezember, auf ihrer Einkaufsliste stehen Zucchini. Im Regal befinden sich  
98 Zucchini aus Spanien, die im Treibhaus herangereift sind, sie sind also nicht saisonal.

99 Was geht Ihnen dabei als erstes durch den Kopf?

100 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Zucchini kaufen? Warum?

101 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich für ein anderes, saisonales Gemüse  
102 entscheiden? Weshalb?

103 *B: Eigentlich gar nicht kaufen.*

104 *Wenn ich zurückdenke, also vor ca. einem Jahr hätte ich die Zucchini wohl noch  
105 gekauft, heute nicht mehr. Es gibt Situationen, wenn ich weiss, dass die Tochter es  
106 gerne hat, dann drücke ich auch mal ein Auge zu. Aber zum Beispiel Zucchini gibt es  
107 im Winter in unserem Haushalt nicht. Peperoni jedoch schon und auch zwischendurch  
108 mal eine Tomate, obwohl ich im Nachhinein meistens denke, wir hätten es besser  
109 sein lassen.*

110 *Aber es ist im Winter schon schwierig, also mit den verschiedenen Kabis und Kohl,  
111 das isst meine Tochter nicht. Aber es gibt bei uns häufig Pastinaken, Karotten und  
112 Lauch, das kann ich gut daruntermischen. Erbsen auch.*

113 A: Ein Schweizer Consulting Unternehmen entwickelte eine mobile Applikation (kurz  
114 App) welche die gesundheitsförderliche und nachhaltige Ernährung der User  
115 ermöglichen soll. In ihrer Grundfunktion unterstützt die App mit konkreten  
116 Menüvorschlägen Konsumentinnen und Konsumenten darin, ihre Esspräferenzen  
117 und Motivationen in einfache, genussvolle und anpassungsfähige Rezepte zu  
118 verwandeln, die dabei noch gesund und nachhaltig sind.

119 A: Benutzen Sie Apps bei denen ein virtueller sozialer Austausch stattfindet? (z.B.  
120 Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest...)

121 *B: Ja. What's App.*

122 A: Bitte beschreiben Sie mir möglichst ausführlich, wie die (einzelnen) sozialen  
123 Interaktionsprozesse aussehen.

124 *B: Schneller Austausch in Chatform.*

125 A: Was motiviert Sie, genau solche Apps zu nutzen?

126 *B: Einfacher und schneller Austausch, What's App hat einfach das SMS ersetzt. Die  
127 Erreichbarkeit finde ich gut.*

128 A: Kennen und/oder sind Sie aktiv bei anderen virtuellen sozialen  
129 Interaktionsprozessen?

130 **B: Nein.**

131 A: Angenommen Sie könnten eine App, die Sie dabei unterstützt, sich nachhaltiger  
132 und gesünder zu ernähren selbst programmieren, welche sozialen Interaktionsformen  
133 würden Sie sich wünschen? Warum?

134 würden sie implementieren? Warum genau diese?

135 **B: Keine Ahnung, ähm... Es gibt sicher schlaue Dinge, aber es fällt mir gerade nichts**  
136 **ein.**

137 A: Welche virtuellen sozialen Interaktionsprozesse würden Sie motivieren, eine App  
138 vermehrt zu nutzen?

139 **B: Das ist schwierig zu sagen, eher keine. Vielleicht ist es aber auch einfach der**  
140 **Eigenschutz, ich habe gar keine Zeit für solche Dinge.**

141 **Also bei der Arbeit bin ich schon häufig online, aber privat eher nicht. Wenn ich es**  
142 **hätte würde ich vermutlich schon mehr Zeit in einer App verbringen. Das möchte ich**  
143 **aber nicht. Obwohl mir bewusst ist, dass es sicherlich viele coole Sachen gibt.**

144 A: Inwiefern, denken Sie, würden die virtuellen sozialen Interaktionsprozesse Ihr  
145 Ernährungsverhalten beeinflussen? (z.B. welche Lebensmittel gekauft werden, wo  
146 eingekauft wird, wie etwas zubereitet wird (Kochtechnik und/oder Rezepte), neue  
147 Produkte ausprobieren...)

148 Auf einer Skala von 0 bis 10, wie gross würden sie den Einfluss durch virtuelle soziale  
149 Interaktionsprozesse schätzen?

150 **B: Also, wenn es darum geht, Ideen umzusetzen und neue Produkte auszuprobieren,**  
151 **das finde ich schon spannend. Vielleicht eine vier.**

152 A: Welche Bedingungen muss eine App erfüllen, damit Sie sich regelmässig mit  
153 anderen Personen darin austauschen würden?

154 **B: Das ist schwierig zu beantworten für mich, da ich nicht so viele Apps nutze. Ich**  
155 **weiss nicht..**

156 A: Wie wichtig ist Ihnen im Allgemeinen der soziale Austausch mit anderen  
157 Menschen?

158 **B: Das ist mir schon sehr wichtig. Aber nicht unbedingt über soziale Medien.**

159 A: Tauschen Sie sich über das Internet mit anderen Personen aus?

160 **B: Ja schon, aber meistens eher persönlich. Mal eine E-Mail oder ein What's App.**

161 A: Sind das meistens Personen, die sie bereits kennen und sowieso regelmässig  
162 treffen?

163 A: Tauschen Sie sich eher mit Personen aus, die Sie nur ab und zu oder selten  
164 treffen?

165 A: Tauschen Sie sich auch mit Personen aus, die Sie noch nie getroffen haben?

166 **B: Das kann alles sein. Es gibt auch bei der Arbeit mal ein Projekt wo man sich nicht**  
167 **kennt, aber zusammenarbeitet.**

168 A: Zu welchen Zwecken tauschen Sie sich aus?

169 ...um sich zu informieren

170 ...um Ideen zu entwickeln

171 ...um zu diskutieren

172 ...um mehr über andere zu erfahren

173 ...um andere kennen zu lernen

174 ...um Dinge zu lernen

- 175 ...um anderen Informationen anzubieten  
176 ...um Entscheidungen zu treffen  
177 ...um mein Wissen zu teilen  
178 *B: Um Ideen zu entwickeln und Wissen zu teilen. Auch um mehr über andere zu*  
179 *erfahren.*  
180 A: Wie wichtig ist es für Sie, sich innerhalb einer App virtuell mit anderen Nutzerinnen  
181 und Nutzer auszutauschen?  
182 0 gar nicht wichtig / 10 sehr wichtig  
183 *B: Also bei What's App ist es mir schon wichtig. Sonst eigentlich nicht so. Eigentlich*  
184 *einfach dann, wenn ich etwas möchte (lacht).*  
185 A: Was spricht dafür / Was spricht dagegen?  
186 *B: Mir fehlt schlussendlich einfach die Zeit. Ich kann nicht immer am Smartphone*  
187 *sein. Meine Tochter ist jetzt schon sehr fokussiert auf das Natel, ich muss schauen,*  
188 *dass ich es tagsüber nicht so häufig benutze.*  
189 *Bei der Arbeit tausche ich mich doch recht häufig auch virtuell aus, das ist dann*  
190 *ausreichend für mich.*  
191 A: Sie haben vorher angegeben, dass Sie sich mit Bekannten aber auch  
192 unbekanntem Personen virtuell austauschen.  
193 Inwiefern könnten diese Personen beeinflussen welche Lebensmittel sie einkaufen  
194 und/oder zubereiten?  
195 *B: Diesbezüglich wohl am ehesten durch meine Arbeitskollegen. Wenn es neue*  
196 *Produkte zum Ausprobieren gibt, dann mache ich das auch Zuhause gerne mal nach.*  
197 A: Bei Ihrer Menüwahl - Hätte ein physischer zwischenmenschlicher sozialer  
198 Austausch einen anderen Einfluss auf Sie als ein virtueller?  
199 B: Ja schon. Weil das virtuelle nicht so fassbar ist, ich es nicht wirklich aktiv nutze  
200 und dies auch nicht suche. Wenn mir jemand persönlich einen supertollen Tipp hat,  
201 dann setze ich das noch so gerne um.  
202 A: Wenn Sie im Internet eine Dienstleistung oder ein Produkt kaufen, lesen Sie dazu  
203 Rezensionen und/oder Empfehlungen von anderen Personen?  
204 *B: Ja.*  
205 A: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Dienstleistungen und Produkte bereits von anderen  
206 Personen bewertet wurden?  
207 Können Sie mir ihre Antwort bitte begründen?  
208 *B: Kommt ein wenig darauf an, was es ist. Aber gerade bei Elektrogeräten finde ich*  
209 *es schon noch wichtig. Das kaufe ich ja auch nicht jeden Tag.*  
210 *Aber jetzt im Food Bereich ist es sicher spannend, aber schlussendlich muss ich*  
211 *selber wissen, was ich mache. Vielleicht brauche ich das auch weniger, weil ich Koch*  
212 *bin. Zum Beispiel bei Coop @home können Produkte auch bewertet werden, aber*  
213 *das bringt einen schlussendlich auch nicht weiter. Aber es ist amüsant, der eine sagt*  
214 *es ist eine Zumutung, der andere sagt es ist super. Na gut...*  
215 *Ich lese jeweils viele Rezensionen, damit ich für mich eine „Mischrechnung“ machen*  
216 *kann.*  
217 A: Bitte führen Sie sich eine App zum Thema gesunde & nachhaltige Ernährung vor  
218 Augen.

- 219 Ich lege ihnen jetzt ein paar Kärtchen vor, auf denen verschiedene soziale  
220 Einflussituationen festgehalten sind.
- 221 Denken Sie, die Situation hätte einen Einfluss auf ihre Ernährungsentscheidung?  
222 Würden Sie diese App-Funktion nutzen?
- 223 Auf welche Weise würde die App-Funktion ihre Ernährungsentscheidung  
224 beeinflussen?
- 225 A: Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über  
226 Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.
- 227 **B: Das könnte spannend sein.**
- 228 A: Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos & Videos durch App Nutzende
- 229 **B: Meine Erfahrung ist einfach, dass wenn es nicht professionell gemacht ist, ziemlich**  
230 **schnell mühsam wird.**
- 231 A: Die Gründung von Communities. (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu  
232 Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten, z.B. vegane Ernährung).
- 233 **B: Nein, für mich eher nicht. Aber wenn jemand eine ganz spezifische Ernährung**  
234 **benötigt, dann ist diese Person sicher froh um Tipps durch eine Community.**
- 235 A: Nutzerinnen und Nutzer teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit  
236 anderen App Nutzenden. (Teilen von Rezepten aus dem eigenen Repertoire)
- 237 **B: Auch hier finde ich, dass es besser ist, wenn die Rezepte von professionellen**  
238 **Personen erstellt werden.**
- 239 A: Nutzerinnen und Nutzer „ liken“ die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.
- 240 **B: Das finde ich noch eher wichtig als die Rezeptvorschläge anderer Nutzerinnen und**  
241 **Nutzern.**
- 242 A: Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer Nutzerinnen  
243 und Nutzer. („Likes“ setzen).
- 244 **B: Für mich nicht wichtig, aber ich weiss, aktuell wird alles bewertet.**
- 245 A: Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten.
- 246 **B: Nein, das würde ich nicht nutzen.**
- 247 A: Den Rezeptentwickler zu „folgen“. (z.B. jemanden welcher bei den Rezepten den  
248 Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
- 249 **B: Das finde ich cool.**
- 250 A: Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können Nutzerinnen und  
251 Nutzer direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren  
252 Vergleichsgruppen ziehen.
- 253 **B: Finde ich für mich persönlich nicht interessant.**
- 254 A: Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen Nutzerinnen und Nutzer. (z.B.  
255 von Freunden oder/und unbekanntenen Personen mit ähnlichen  
256 Ernährungsgewohnheiten)
- 257 **B: Es kommt halt darauf an, wie seriös das Ganze ist. Wenn die Plattform**  
258 **«zugemüllt» wird, dann habe ich keine Lust mehr, darin Rezepte zu suchen.**
- 259 A: Standortangaben veröffentlichen (Mit den Angaben zum Wohnort können  
260 spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangaben etc. geteilt werden. Es  
261 könnten „gleichgesinnte“ App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen  
262 werden.)

263 *B: Das könnte noch interessant sein, vielleicht für Hinweise oder Produktangebote.*  
 264 *Nicht um andere App-Nutzende zu treffen.*

265 A: Bitte ordnen Sie die App-Funktionen nach der für Sie empfundenen Wichtigkeit  
 266 (dies in Bezug auf die soziale Beeinflussung bei Ernährungsentscheidungen).

<b>Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.</b>
<b>Den RezeptentwicklerInnen «folgen».</b> (z.B. jemand welcher bei den Rezepten den Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
<b>Standortangaben veröffentlichen</b> (Mit den Angaben zum Wohnort können spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangebote etc. geteilt werden. Es können «gleichgesinnte» App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen werden.)
<b>Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen NutzerInnen.</b> (z.B. von Freunden oder/und unbekanntenen Personen mit ähnlichen Ernährungsgewohnheiten)
<b>Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können NutzerInnen direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren Vergleichsgruppen ziehen.</b>
<b>NutzerInnen « liken » die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.</b>
<b>Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-Nutzende.</b>
<b>Die Gründung von Communities</b> (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten)
<b>NutzerInnen teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit anderen App Nutzenden.</b>
<b>Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer NutzerInnen («Likes» setzen).</b>
<b>Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten.</b>

267 A: Kennen Sie noch andere Formen von virtuellen sozialen Austausch- oder  
 268 Einflusssituationen, welche in einer solchen App angewandt werden könnten?

269 *B: Eigentlich habe ich keine Ergänzungen mehr dazu.*

270 A: Soziale Netzwerkkontakte können einen Konformitätsdruck auslösen. Kennen Sie  
 271 dieses Phänomen?

272 *B: Bei mir eher nicht.*

273 A: Welche Informationen würden Sie in der App gerne mit anderen Usern teilen?

274 *B: Wenig über mich... Rezepte würde ich kaum hochladen, da ich dies bereits*  
 275 *beruflich mache und im privaten keine Zeit dafür aufwenden möchte.*

276 A: Welche Angaben anderer Nutzerinnen und Nutzer würden Sie gerne einsehen?

277 *B: Einzig Rezepte, Tipps und Ideen.*

278 A: Welche Informationen würden Sie auf keinen Fall teilen wollen?

279 *B: Keine persönliche Angaben.*

280 A: Haben Sie sonst noch Anmerkungen?

281 *B: Es gibt bereits einiges im Bereich Ernährung auch als App sowie auch im Internet.*

282 A: Haben Sie noch Fragen zur Studie oder zur App?

283 *B: Nein, aktuell nicht.*

---

**Interview G mit S.W., weiblich, am 9. Mai 2018, Dauer 55 Minuten.****Transkript****Teil 1: Screening Fragen**

- 1 *A: Bitte geben Sie an wie alt Sie sind?*  
2 *B: 32 Jahre*  
3 *A: Wie viele Personen leben in ihrem Haushalt?*  
4 *B: Vier Personen*  
5 *A: Wie viele davon sind Kinder?*  
6 *B: Zwei Personen*  
7 *A: Sind sie zurzeit berufstätig?*  
8 *B: Ja, Teilzeit.*  
9 *A: Wie häufig kochen oder bereiten Sie persönlich eine Mahlzeit zu?*  
10 *B: Mehrmals täglich.*  
11 *A: Besitzen Sie ein Smartphone oder ein anderes mobiles Endgerät (z.B. ein Tablet)*  
12 *welches die Installation und Verwendung von mobilen Applikationen (Apps) zulässt?*  
13 *B: Ja.*  
14 *A: Nutzen Sie regelmässig eine App?*  
15 *B: Ja. Ich schreibe täglich What's App Nachrichten. Ebenfalls benutze ich*  
16 *regelmässig die App von Gmail, die Garmin Vivofit App und den Kalender.*  
17 *A: In den folgenden zwei Fragen geht es um Ihr persönliches Verhalten beim Kauf*  
18 *von Produkten.*  
19 *Bitte geben Sie mit 1 an, wenn Sie das Genannte immer tun beziehungsweise mit 6*  
20 *wenn Sie es nie tun – mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Antwort*  
21 *entsprechend Ihrem persönlichen Verhalten genauer abstufen.*  
22 *Bitte geben Sie an, wie häufig Sie in den letzten vier Wochen beim Kauf von*  
23 *Lebensmitteln und Getränken Bio-Produkte gewählt haben.*  
24 1 Immer  
25 2  
26 3  
27 4  
28 5  
29 6 Nie  
30 7 Weiss nicht  
31 Betrifft mich nicht  
32 **B: Meistens, so eine zwei.**  
33 *A: Wie häufig haben Sie in der letzten Woche bei Ihrer Hauptmahlzeit Fleisch*  
34 *gegessen?*  
35 Nie  
36 Einmal die Woche oder seltener  
37 2 bis 3 Mal pro Woche

38 4 bis 5 Mal pro Woche

39 Täglich

40 *B: Zwei bis dreimal pro Woche.*

41 A: Bitte nennen Sie mir die Gründe warum Sie nicht häufiger Fleisch essen?

42 *B: Ich bin der Meinung das reicht aus um sich ausgewogen zu ernähren.*

43 A: Im Folgenden hören Sie drei Aussagen. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie der  
44 entsprechenden Aussage voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht  
45 zustimmen.

46 Zu einem guten Leben gehört für mich eine intakte natürliche Umwelt unbedingt dazu

47 *B: Voll und ganz*

48 Beim Kauf achte ich auf die Nachhaltigkeit der Produkte (Umweltverträglichkeit,  
49 Langlebigkeit, faire Arbeitsbedingungen)

50 *B: Eher*

51 Ich achte darauf, dass ich gesunde Lebensmittel zu mir nehme

52 *B: Eher*

53 Ich esse worauf ich Lust habe, unabhängig davon, ob die Lebensmittel gesund sind  
54 oder nicht

55 *B: Eher nicht*

## 56 **Teil 2: Hauptfragen**

57 A: Am Telefon haben Sie angegeben, dass Ihr Haushalt aus drei Personen besteht.  
58 Kann ich davon ausgehen, dass Sie meistens Mahlzeiten für mehrere Personen  
59 zubereiten?

60 *B: Ja, wenn ich koche, dann koche ich für alle anwesenden Personen.*

61 A: Wenn Sie für mehrere Personen kochen, inwiefern bestimmen diese was sie  
62 zubereiten?

63 *B: Das kommt sehr darauf an. Aus der Erfahrung weiss ich, wer was besonders gern  
64 oder nicht so gerne hat. Darauf nehme ich schon Rücksicht. Aber eigentlich bestimme  
65 ich, was es zum Essen gibt. Es ist mir auch ein grosses Anliegen, dass die Kinder  
66 eine gesunde, abwechslungsreiche und ausgewogene Ernährung kennen lernen.*

67 A: Bei Ihren Ernährungsentscheidungen, welchen Einfluss hat ihr ...

68 ... nahes soziales Umfeld (Familie, enge Freunde)?

69 *B: Seit ich für meine Kinder koche, achte ich vermehrt auf eine gesunde Ernährung.  
70 Auch bio Produkte sind für mich noch wichtiger geworden. Das hat schon einen  
71 grossen Einfluss.*

72 ... erweitertes soziales Umfeld (Verwandte, Freunde, Bekannte)?

73 *B: Wenn ich mich mit anderen Müttern über die Ernährung von Kindern unterhalte,  
74 dann beeinflusst mich das.*

75 ... haben unbekannte Drittpersonen (z.B. über Internet, Autoren)?

76 *B: Eher weniger. Vielleicht lasse ich mich mal zufällig von einem Rezept welches ich  
77 irgendwo gesehen habe inspirieren.*

78 A: Auf einer Skala von 0 bis 10 – wie viel Einfluss nimmt ihr nahes soziales Umfeld  
79 auf ihre Ernährungsentscheidungen?

80 *B: So sieben bis acht.*

81 A: Auf welche Art und Weise nimmt ihr nahes soziales Umfeld Einfluss auf ihre  
82 Ernährungsentscheidungen?

83 *B: Eigentlich vorab durch die Anwesenheit der Kinder. Eine gesunde Ernährung war*  
84 *mir schon immer wichtig. Mit den Kindern hat sich das aber noch verstärkt. Ich finde*  
85 *es sehr wichtig, dass die Lebensmittel, welche meine Kinder konsumieren*  
86 *Spritzmittelfrei, gesund und hochwertig sind. Sie sollen die Vielfalt unserer Küche*  
87 *kennen lernen und sich so für das Leben eine ausgewogene Ernährungsweise*  
88 *antrainieren.*

89 A: Gibt es Personen mit welchen Sie sich konkret zum Thema gesunde & nachhaltige  
90 Ernährung austauschen?

91 In welcher Beziehung stehen Sie zu dieser/diesen Personen?

92 *B: Mit Freundinnen die auch Kinder haben.*

93 A: Stellen Sie sich folgende Situation vor:

94 Eine gute Freundin / ein guter Freund berichtet Ihnen im Supermarkt ausführlich, dass  
95 Gemüse welches ausserhalb der eigentlichen Saison konsumiert wird, ein Vielfaches  
96 an Umweltbelastungen verursacht. Ganz anders als das im Freiland angebaute,  
97 saisonale Produkt.

98 Es ist Dezember, auf ihrer Einkaufsliste stehen Zucchini. Im Regal befinden sich  
99 Zucchini aus Spanien, die im Treibhaus herangereift sind, sie sind also nicht saisonal.

100 Was geht Ihnen dabei als erstes durch den Kopf?

101 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Zucchini kaufen? Warum?

102 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich für ein anderes, saisonales Gemüse  
103 entscheiden? Weshalb?

104 *B: In diesem Fall würde ich mich vermutlich beeinflussen lassen und eine saisonal*  
105 *Alternative einkaufen. Grundsätzlich schaue ich schon darauf, dass wir Produkte aus*  
106 *der Schweiz konsumieren. Es gibt aber Lebensmittel, darunter gehören bei uns auch*  
107 *die Zucchini, welche ich das ganze Jahr über einkaufe. Natürlich mit dem Wissen,*  
108 *dass sie aus Spanien kommen. Ich kaufe im Winter zum Beispiel keine Beeren, jedoch*  
109 *Zucchini, Tomaten, Bananen, Zitronen und zwischendurch mal eine Ananas zum*  
110 *Fondue gehören bei uns dazu.*

111 A: Ein Schweizer Consulting Unternehmen entwickelte eine mobile Applikation (kurz  
112 App) welche die gesundheitsförderliche und nachhaltige Ernährung der User  
113 ermöglichen soll. In ihrer Grundfunktion unterstützt die App mit konkreten  
114 Menüvorschlägen Konsumentinnen und Konsumenten darin, ihre Esspräferenzen  
115 und Motivationen in einfache, genussvolle und anpassungsfähige Rezepte zu  
116 verwandeln, die dabei noch gesund und nachhaltig sind.

117 A: Benutzen Sie Apps bei denen ein virtueller sozialer Austausch stattfindet? (z.B.  
118 Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest...)

119 *B: Ja. Hauptsächlich What's App. Alle paar Tage mal eine E-mail über die App.*

120 A: Bitte beschreiben Sie mir möglichst ausführlich, wie die (einzelnen) sozialen  
121 Interaktionsprozesse aussehen.

122 *B: Kurzer und schneller Informationsaustausch. Auch die Profilbilder und*  
123 *Statusnachrichten schaue ich mir an. Das gibt bei vielen einen kurzen Einblick in*  
124 *deren Leben.*

125 A: Was motiviert Sie, genau solche Apps zu nutzen?

126 *B: Schnelle Kommunikation. Ich kann zu jeder Tages- und Nachtzeit schreiben und*  
127 *kann Treffen vereinbaren, meine Inputs an mehrere Personen gleichzeitig weiterleiten*  
128 *und unkompliziert und schnell Bilder versenden.*

- 129 A: Kennen und/oder sind Sie aktiv bei anderen virtuellen sozialen  
130 Interaktionsprozessen?
- 131 *B: Ich weiss es gibt zum Beispiel die Facebook App, da bin ich aber selbst nicht aktiv.*
- 132 A: Angenommen Sie könnten eine App, die Sie dabei unterstützt, sich nachhaltiger  
133 und gesünder zu ernähren selbst programmieren, welche sozialen Interaktionsformen  
134 würden Sie sich wünschen? Warum?
- 135 würden sie implementieren? Warum genau diese?
- 136 *B: Das ist eine schwierige Frage. Vielleicht einfach Gruppen einrichten, die in etwa*  
137 *eine ähnliche Vorstellung und gleiche Ernährungsweise haben.*
- 138 A: Welche virtuellen sozialen Interaktionsprozesse würden Sie motivieren, eine App  
139 vermehrt zu nutzen?
- 140 *B: Wenn ein schneller und unkomplizierter Austausch stattfindet, der mich*  
141 *interessiert. Ich müsste es für mich als Bereicherung betrachten können.*
- 142 A: Inwiefern, denken Sie, würden die virtuellen sozialen Interaktionsprozesse Ihr  
143 Ernährungsverhalten beeinflussen? (z.B. welche Lebensmittel gekauft werden, wo  
144 eingekauft wird, wie etwas zubereitet wird (Kochtechnik und/oder Rezepte), neue  
145 Produkte ausprobieren...)
- 146 Auf einer Skala von 0 bis 10, wie gross würden sie den Einfluss durch virtuelle soziale  
147 Interaktionsprozesse schätzen?
- 148 *B: Neue Ideen die meinen Vorstellungen von gesunder, kindergerechter Ernährung*  
149 *entsprechen würde ich schon ausprobieren. Vielleicht eine acht.*
- 150 A: Welche Bedingungen muss eine App erfüllen, damit Sie sich regelmässig mit  
151 anderen Personen darin austauschen würden?
- 152 *B: Schnell, übersichtlich und unkompliziert.*
- 153 A: Wie wichtig ist Ihnen im Allgemeinen der soziale Austausch mit anderen  
154 Menschen?
- 155 *B: Sehr wichtig.*
- 156 A: Tauschen Sie sich über das Internet mit anderen Personen aus?
- 157 *B: Ja, schreibe häufig What's App Nachrichten und schreibe regelmässig E-Mails.*
- 158 A: Sind das meistens Personen, die sie bereits kennen und sowieso regelmässig  
159 treffen?
- 160 A: Tauschen Sie sich eher mit Personen aus, die Sie nur ab und zu oder selten  
161 treffen?
- 162 A: Tauschen Sie sich auch mit Personen aus, die Sie noch nie getroffen haben?
- 163 *B: Das kommt darauf an. In den meisten Fällen kenne ich diese Personen. Es gibt*  
164 *aber durchaus die Situation, wo ich Anfragen/ Organisatorisches etc. über E-Mail*  
165 *make, dann kenne ich das Gegenüber nicht.*
- 166 A: Zu welchen Zwecken tauschen Sie sich aus?
- 167 ...um sich zu informieren
- 168 ...um Ideen zu entwickeln
- 169 ...um zu diskutieren
- 170 ...um mehr über andere zu erfahren
- 171 ...um andere kennen zu lernen
- 172 ...um Dinge zu lernen
- 173 ...um anderen Informationen anzubieten

- 174 ...um Entscheidungen zu treffen
- 175 ...um mein Wissen zu teilen
- 176 **B: Um Informationen auszutauschen. Bei What's App auch um zu diskutieren,**  
177 **Wissen auszutauschen oder organisatorisches.**
- 178 A: Wie wichtig ist es für Sie, sich innerhalb einer App virtuell mit anderen Nutzerinnen  
179 und Nutzer auszutauschen?
- 180 0 gar nicht wichtig / 10 sehr wichtig
- 181 **B: What's App und E-Mail sind mir schon sehr wichtig.**
- 182 A: Was spricht dafür / Was spricht dagegen?
- 183 **B: Schneller und unkomplizierter Austausch.**
- 184 A: Sie haben vorher angegeben, dass Sie sich mit Bekannten Personen virtuell  
185 austauschen.
- 186 Inwiefern könnten diese Personen beeinflussen welche Lebensmittel sie einkaufen  
187 und/oder zubereiten?
- 188 **B: Wenn ich mich mit diesen Personen konkret zum Thema Ernährung austauschen**  
189 **würde, hätte das sicherlich einen Einfluss auf mich.**
- 190 A: Bei Ihrer Menüwahl - Hätte ein physischer zwischenmenschlicher sozialer  
191 Austausch einen anderen Einfluss auf Sie als ein virtueller?
- 192 **B: Für mich ist wohl eher ausschlaggebend, wie nah ich dieser Person stehe oder**  
193 **welche Kompetenzen ich dieser Person zuspreche. Ob ich mich dann virtuell oder**  
194 **physisch mit ihr Austausche spielt keine Rolle. Hat wohl denselben Effekt.**
- 195 A: Wenn Sie im Internet eine Dienstleistung oder ein Produkt kaufen, lesen Sie dazu  
196 Rezensionen und/oder Empfehlungen von anderen Personen?
- 197 **B: Ja, wenn mir welche zur Verfügung stehen, schaue ich da schon drüber.**
- 198 A: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Dienstleistungen und Produkte bereits von anderen  
199 Personen bewertet wurden?
- 200 Können Sie mir ihre Antwort bitte begründen?
- 201 **B: Je nachdem was es ist. Ich finde es sehr hilfreich, wenn eine gewisse Unsicherheit**  
202 **meinerseits besteht oder ich etwas nicht kenne. Am Bildschirm kann die Qualität eines**  
203 **Produkts meist schlecht eingeschätzt werden, dann kann es sehr hilfreich sein, wenn**  
204 **bereits Bewertungen vorhanden sind.**
- 205 A: Bitte führen Sie sich eine App zum Thema gesunde & nachhaltige Ernährung vor  
206 Augen.
- 207 Ich lege ihnen jetzt ein paar Kärtchen vor, auf denen verschiedene soziale  
208 Einflussituationen festgehalten sind.
- 209 Denken Sie, die Situation hätte einen Einfluss auf ihre Ernährungsentscheidung?
- 210 Würden Sie diese App-Funktion nutzen?
- 211 Auf welche Weise würde die App-Funktion ihre Ernährungsentscheidung  
212 beeinflussen?
- 213 A: Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über  
214 Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.
- 215 **B: Das kenne ich zum Beispiel von Chefkoch.de. Wenn ich finde, eine Rezension**  
216 **oder Empfehlung über ein Rezept hilft mir weiter, dann lese ich nach.**
- 217 A: Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos & Videos durch App Nutzende
- 218 **B: Finde ich eigentlich gut, es sollte einfach übersichtlich und ansprechend bleiben.**

- 219 A: Die Gründung von Communities. (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu  
220 Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten, z.B. vegane Ernährung).
- 221 *B: Das könnte sicher sehr sinnvoll sein. Wenn ich mich mit Personen austausche, die*  
222 *ähnliche Gewohnheiten haben wie ich, dann spricht mich das wohl eher an.*
- 223 A: Nutzerinnen und Nutzer teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit  
224 anderen App Nutzenden. (Teilen von Rezepten aus dem eigenen Repertoire).
- 225 *B: Ja, wieder wenn es übersichtlich und ansprechend daherkommt.*
- 226 A: Nutzerinnen und Nutzer „ liken“ die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.
- 227 *B: Ja, da würde ich schon darauf schauen. Vermittelt mir einen Eindruck zum Rezept.*
- 228 A: Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer Nutzerinnen  
229 und Nutzer. („Likes“ setzen).
- 230 *B: Da denke ich etwas das selbe. Die Bewertung ist eine grobe Vorselektion. Dabei*  
231 *spielt es mir keine Rolle, ob die Rezeptvorschläge von anderen Nutzern oder vom*  
232 *App Anbieter sind.*
- 233 A: Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten.
- 234 *B: Nein. Eher nicht in einer Ernährungs-App.*
- 235 A: Den Rezeptentwickler zu „folgen“. (z.B. jemanden welcher bei den Rezepten den  
236 Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
- 237 *B: Ja, das könnte ich mir gut vorstellen. Wenn mir von jemandem die Rezepte*  
238 *besonders entsprechen.*
- 239 A: Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können Nutzerinnen und  
240 Nutzer direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren  
241 Vergleichsgruppen ziehen.
- 242 *B: Nein, das würde mich nicht interessieren.*
- 243 A: Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen Nutzerinnen und Nutzer. (z.B.  
244 von Freunden oder/und unbekannten Personen mit ähnlichen  
245 Ernährungsgewohnheiten)
- 246 *B: Ja, warum nicht. Wenn mir die Art und Weise der Gewohnheiten, der Menüs, der*  
247 *Darstellungsform entspricht, dann würde ich diese Funktion nutzen.*
- 248 A: Standortangaben veröffentlichen (Mit den Angaben zum Wohnort können  
249 spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangaben etc. geteilt werden. Es  
250 könnten „gleichgesinnte“ App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen  
251 werden.)
- 252 *B: Ich könnte mir vorstellen anzugeben, in welcher Ortschaft ich wohnhaft bin.*  
253 *Darüber hinaus würde ich aber nicht gehen.*
- 254 A: Bitte ordnen Sie die App-Funktionen nach der für Sie empfundenen Wichtigkeit  
255 (dies in Bezug auf die soziale Beeinflussung bei Ernährungsentscheidungen).

<b>Die Gründung von Communities</b> (Wahrgenommene Gruppenzugehörigkeit zu Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten)
<b>Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen.</b>
<b>Den RezeptentwicklerInnen «folgen».</b> (z.B. jemand welcher bei den Rezepten den Fokus auf saisonale Menüs setzt.)
<b>Direktes einsehen der Lieblingsmenüs von anderen NutzerInnen.</b> (z.B. von Freunden oder/und unbekannten Personen mit ähnlichen Ernährungsgewohnheiten)
<b>Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-Nutzende.</b>

<b>NutzerInnen teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit anderen App Nutzenden.</b>
<b>NutzerInnen «liken» die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.</b>
<b>Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen/Favoriten anderer NutzerInnen («Likes» setzen).</b>
<b>Standortangaben veröffentlichen</b> (Mit den Angaben zum Wohnort können spezifische Hinweise zu Veranstaltungen, Produktangebote etc. geteilt werden. Es können «gleichgesinnte» App-Nutzende bei lokalen Veranstaltungen getroffen werden.)
<b>Mittels Daten, welche von der App generiert werden, können NutzerInnen direkte Vergleiche mit anderen Nutzenden und/oder mit weiteren Vergleichsgruppen ziehen.</b>
<b>Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten.</b>

- 256 A: Kennen Sie noch andere Formen von virtuellen sozialen Austausch- oder  
257 Einflusssituationen, welche in einer solchen App angewandt werden könnten?
- 258 *B: Nein, fallen mir keine ein.*
- 259 A: Soziale Netzwerkkontakte können einen Konformitätsdruck auslösen. Kennen Sie  
260 dieses Phänomen?
- 261 *B: Ja, aber so grundsätzlich betrifft mich das wenig. Ich lasse mich nicht so schnell  
262 unter Druck setzen.*
- 263 A: Welche Informationen würden Sie in der App gerne mit anderen Usern teilen?
- 264 *B: Rezepte und Menübilder. Keine persönlichen Angaben.*
- 265 A: Welche Angaben anderer Nutzerinnen und Nutzer würden Sie gerne einsehen?
- 266 *B: Rezepte, Tipps und Tricks. Wenn da Angaben zur Person vorhanden sind, würde  
267 ich diese schon nachlesen. Es hat aber keinen Einfluss auf die Verwendung von  
268 Rezepten. Einfach aus Neugier.*
- 269 A: Welche Informationen würden Sie auf keinen Fall teilen wollen?
- 270 *B: Keine persönlichen Angaben.*
- 271 A: Haben Sie sonst noch Anmerkungen?
- 272 *B: Nein.*
- 273 A: Haben Sie noch Fragen zur Studie oder zur App?
- 274 *B: Nein*

## A.4 Auswertung qualitativer Interviews

### Mahlzeitzubereitung

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	59 60	1	Ich koche täglich am Mittag für die Kinder und mich, am Abend für die ganze Familie.	Bereitet täglich Mahlzeiten für mehrere Personen zu	Mahlzeitzubereitung: ○ täglich ○ mehrere Personen
D	10	2	Mehrmals täglich. Ich koche am Mittag meist warm und immer für die ganze Familie, mein Mann kommt dann auch nach Hause. Am Abend gibt es eher etwas Kaltes zu essen oder mal eine Suppe oder so.		
F	10	3	Mehrmals täglich.		
G	10	4	Mehrmals täglich.		
B	60	5	Wenn ich koche, dann koch ich für die ganze Familie.	Kocht mehrere Personen für	Mahlzeitzubereitung: ○ mehrere Personen
C	60	6	Ich koche für mehrere Personen.		
E	66	7	Ja, in der Zwischenzeit koche ich für mehrere Personen.		
F	60	8	Ja, meistens schon. (Für mehrere Personen).		
G	61	9	Ja, wenn ich koche, dann koche ich für alle anwesenden Personen.		
E	9	10	Mehrmals pro Woche.		
				Kocht mehrmals pro Woche	Mahlzeitzubereitung: ○ mehrmals pro Woche

**Menüwahl - Einfluss durch nahes soziales Umfeld**

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	71 72	1	Bei den Kindern merke ich schnell was sie gern mögen und was eher nicht. Ich koche dann entsprechend.	Erfahrungen was diese Personen gerne oder nicht gerne essen.	Einfluss auf Menügestaltung: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Direktes Ansprechen</li> <li>○ Erfahrungen</li> <li>○ Gemeinsame Absprache</li> </ul>
B	63 64	2	Innerhalb der Familie weiss ich, wer was nicht mag, dann gibt es das etwas seltener.	Reaktionen auf Menüs	
C	68 69	3	Und mein Sohn bestimmt ebenfalls einiges mit. Indem er zu verstehen gibt, was er mag und nicht mag.	Direktes Ansprechen	
E	74 75	4	Eigentlich sehr wenig. Einzig mein Mann, wenn er zum Beispiel Fenchel nicht mag, dann koche ich das nicht. Entsprechend hat er schon Einfluss. Darauf achte ich schon.	Gemeinsame Absprachen	
F	63 64	5	Gut, ich weiss halt was mein Mann nicht gerne mag, das koche ich dann auch nicht. Und meine Tochter frage ich schon gar nicht, oder «noch» nicht.		
G	64 65	6	Aus der Erfahrung weiss ich, wer was besonders gern oder nicht so gerne hat. Darauf nehme ich schon Rücksicht.		
E	90 91	7	Indem sie zu verstehen geben, was sie mögen und was nicht. In der gemeinsamen Absprache.		
E	76 77	8	Am Wochenende sprechen wir uns auch ab und entscheiden gemeinsam, was es zum Essen gibt.		
C	63	9	Sehr stark. Aktuell ist es der Glutenverzicht. Mein Partner ernährt sich neu glutenfrei.	Starken Einfluss durch nahes soziales Umfeld	Einfluss auf die Menügestaltung:

C	84 85	10	Das Familieninterne hat aber schon einen grossen Einfluss, das erweiterte soziale Umfeld aber weniger.	Situationsbedingte Anpassung der Ernährung	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nahes soziales Umfeld</li> <li>○ Veränderte Lebenssituation</li> </ul>
E	69 70	11	Seit unser Sohn auf der Welt ist, essen wir eher ausgewogen. Es gibt häufiger Gemüse und auch etwas weniger Fleisch. Er muss von allem probieren.		
G	66 67	12	Es ist mir ein grosses Anliegen, dass die Kinder eine gesunde, abwechslungsreiche und ausgewogene Ernährung kennen lernen.		
G	70 71 72	13	Seit ich für meine Kinder koche, achte ich vermehrt auf eine gesunde Ernährung. Auch Bio Produkte sind für mich noch wichtiger geworden. Das hat schon einen grossen Einfluss.		
B	63	14	Eigentlich bestimme ich, was es zu essen gibt.	Person die kocht bestimmt	<p>Geringen bis keinen Einfluss auf die Menügestaltung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Person die kocht bestimmt</li> </ul>
G	65 65	15	Aber eigentlich bestimme ich, was es zum Essen gibt.	Keinen Einfluss durch nahes soziales Umfeld	
D	69	16	Eigentlich gar nicht, eigentlich sage ich was es gibt.		
D	69 70	17	Ich koche was mich gerade «gluschtet», was ich gesehen habe oder mich gerade im Laden angesprungen hat.	Geringen Einfluss durch nahes soziales Umfeld	
F	63	18	Gar nicht.		
D	63 64	19	Nur sehr selten, also wenn sie Geburtstag haben oder so. Sonst bestimme ich was es zu essen gibt.		
B	77	20	Das nahe soziale Umfeld beeinflusst zwar, aber nicht besonders stark.		
D	65 66	21	Wenn ich grad selber mal keine Idee habe, frage ich vielleicht mal aber sonst entscheide ich.		

F	67	22	Keinen grossen.		
---	----	----	-----------------	--	--

### Menüwahl - Einfluss durch erweitertes soziales Umfeld

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	80	1	In dem Sinne, dass ich mich austausche und dann etwas Neues auch ausprobieren.	Inputs durch (Erfahrungs-) Austausch mit Personen aus dem erweiterten sozialen Umfeld	Einfluss auf das Ernährungsverhalten durch Inputs, Austausch und Anregungen vom erweiterten sozialen Umfeld  ○ Beeinflussung durch Arbeitskolleginnen und -kollegen  ○ Beeinflussung von Müttern durch andere Mütter (Erfahrung, Austausch, Inputs und Anregungen)
B	221 222 223	2	Je nachdem mit wem ich mich austausche und was es ist, hat es schon einen Einfluss. Meistens sind das aber Personen, die sowieso ähnliche Gewohnheiten haben und dann tauschen wir Tipps aus.		
B	230 231	3	Häufig ist es ein Erfahrungsaustausch oder teilweise Ideen von einer Arbeitskollegin die sich vegan ernährt.		
F	69	4	Meine Arbeitsstelle und meine Arbeitskollegen haben sicher einen grossen Einfluss.	Einfluss auf das Ernährungsverhalten durch Arbeitsstelle und Arbeitskollegen	
F	86 87 88 89	5	Es ist halt schon immer mehr Thema, vor allem mit Kindern. Da tausche ich mich schon mit Bekannten und Freundinnen aus, die auch Kinder haben. So, was die anderen so zubereiten. Eher im näheren sozialen Umfeld, Freundinnen und zum Beispiel mit meiner Schwägerin.	Einfluss auf das Ernährungsverhalten durch Inputs, Austausch und Anregung zur Ernährung von Familie mit Kindern	
C	268 269	6	Als grossen Einfluss würde ich andere Mütter einstufen. Wenn wir uns über die Ernährung von Kindern besprechen, dann beeinflusst mich das stark.		

G	74 75	7	Wenn ich mich mit anderen Müttern über die Ernährung von Kindern unterhalte, dann beeinflusst mich das.		
A	82 83	8	Von meinen Eltern und meinem Bruder, je nach Saison, Produkt und Angebot vom Bauernhof.	Angebot aus dem erweiterten sozialen Umfeld von saisonalen Nahrungsmittel	Verwendung von saisonalen Nahrungsmittel vom Bauernhof in der Verwandtschaft
B	79	9	Das erweiterte soziale Umfeld hat sehr wenig Einfluss.	Wenig Einfluss durch erweitertes soziales Umfeld	Wenig Einfluss durch erweitertes soziales Umfeld
C	82 83	10	Ich lasse mich eigentlich nicht durch Andere beeinflussen, wenn sie ein anderes Einkaufs- oder Kochverhalten haben.		
D	72	11	Eigentlich nicht.		
E	79	12	Keinen Einfluss.	Keinen Einfluss durch erweitertes soziales Umfeld	Keinen Einfluss durch erweitertes soziales Umfeld

### Menüwahl - Einfluss durch unbekannte Drittpersonen

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	86	1	Viele Ideen aus dem Internet oder von Kochbüchern und Zeitschriften.	Inspiration für die Menügestaltung durch:	Ideensammlung für die Menügestaltung durch verschiedene Medien
B	81	2	Ich habe die WWF App und schaue mir dort die Rezepte an.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Internet</li> <li>○ Kochbücher</li> <li>○ Zeitschriften</li> <li>○ App</li> </ul>	
D	74 75	3	Ja, Bücher oder mal ein Kochmagazin oder mal die Coopzeitung für einen neuen Input. Aber schon, was mich «gluschtet».		
E	81 82	4	Betty Bossi beeinflusst mich aber schon.		
E	82	5	Manchmal schaue ich im Internet nach Rezepten.		
E	82 83 84	6	Ein Buch über Babynahrung habe ich auch einmal gelesen, es hatte aber nur sehr einfache Breirezepte darin und war nicht sehr inspirierend. Habe dies nicht weiterverfolgt.		
G	77 78	7	Eher weniger. Vielleicht lasse ich mich mal zufällig von einem Rezept welches ich irgendwo gesehen habe inspirieren.		
B	83 84	8	Demnach doch ein kleiner Einfluss, aber es prägt mich nicht in dem Sinne was ich koche, weil ich dann eigentlich schon weiss, dass ich eine Suppe mit Wintergemüse kochen möchte.		
F	71 72 73 74	9	Bei der Arbeit ist natürlich Essen das Thema Nummer eins. Von morgen früh bis abends dreht sich alles ums Essen.  Aktuell ist auch die Kinderküche ein grosses Thema. Das beeinflusst mich dann schon, da ich zuhause auch für eine Familie mit Kind koche.	Ernährung als berufliches Thema  Kontaktpunkte des beruflichen und privaten Alltags	Einfluss auf das Ernährungsverhalten über die Ausübung eines spezifischen Berufs

F	80 81 82	10	Vor allem mit den Trendprodukten. Die bereite ich dann Zuhause auch gerne mal zu, aber es ist nicht so, dass ich dann nur diesen Trends folge. Aber es hat immer wieder spannende Sachen dabei.	Beeinflussung durch Trends im «Foodbereich»	
C	90 91	11	Nein, ich bin für das intuitive, instinktive Essen wonach einem Lust ist.	Keinen Einfluss durch unbekannte Drittpersonen	Keinen Einfluss durch unbekannte Drittpersonen
E	81	12	Nein, nicht explizit, dass ich das jetzt benennen könnte.		

### Persönliche Aktivität innerhalb sozialer Medien

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
B	131 132 133	1	Bei WhatsApp halt Chat mässig, Du meldest Dich mal wieder bei jemandem, machst ein Telefonat ab, oder Du siehst etwas und denkst, das interessiert Den oder Diese und dann schickst Du das.	Sozialer Austausch / soziale Interaktion über das Internet:  ○ WhatsApp ○ E-Mail ○ Facebook ○ Messenger	Virtuelle soziale Interaktion in Form von kurzen Nachrichten (Chat) und E-Mails
C	148	2	Bei WhatsApp als Chat.		
D	116	3	Bei WhatsApp die Chatfunktion.		
E	129 130 131	4	Über Facebook tausche ich mich vor allem mit meiner englischsprachigen Verwandtschaft aus. Dann chatten wir über den Messenger von Facebook oder auch über WhatsApp.		
F	120	5	Ja. WhatsApp.		
G	119	6	Hauptsächlich WhatsApp. Alle paar Tage mal eine E-Mail über die App.		
G	155	7	Ja, schreibe häufig WhatsApp Nachrichten und schreibe regelmässig E-Mails.		
A	145 146	8	Meistens lese ich nur, ich bin nicht die, die aktiv etwas hineinschreibt oder jeden Beitrag kommentieren muss.	Lesen und anschauen von Beiträgen / Fotos etc.  Verfassen keine eigenen Beiträge, veröffentlichen keine Fotos / Videos etc.	Passives Teilnehmen in sozialen Medien
A	173	9	Ich wäre nicht diejenige die sagt was sie gekocht hat.		
D	112 113	10	WhatsApp.  Pinterest, wobei ich da nur schaue und nicht selber Beiträge verfasse. Facebook benutze ich auf dem Computer, nicht als App auf dem Smartphone.		
D	117 118 119	11	Bei Pinterest tausche ich mich nicht virtuell aus, ich schaue es mir einfach an, weil ich die Bilder schön finde und es mir Ideen gibt. Manchmal gibt es auch ein Rezept welches ich von dort nehme. Ich selbst poste		

			nichts, ich verankere mich nicht gerne auf dem Netz.		
E	122 123 124 125	12	Ja. Am ehesten bei Instagram – dort werden Fotos gepostet und kommentiert. Dann mit meinen besten Freundinnen, weil alle dort drauf sind. Ich benutze es aber sehr eingeschränkt und poste selber sehr wenig. Normalerweise reagiere ich auf etwas was jemand anderes geschrieben hat. Von mir persönlich gebe ich sehr wenig bekannt.	Beim virtuellen sozialen Austausch über online Dienste zum Teilen von Nachrichten, Statusmeldungen, Fotos und Videos zurückhaltend	Zurückhaltend beim Teilen von persönlichen Inhalten über online Dienste (ausgenommen WhatsApp)
E	126 127 128	13	Bei Instagram wohl noch am meisten, aber auch nur so einmal im Monat etwas. Also von mir selbst aus kommt wenig, aber wenn jemand etwas schreibt dann interagiere ich schon.		
E	137 138	14	Ich finde es ist schon ausreichend, wenn ich Dinge „like“, damit gebe ich ja eigentlich schon ganz viel von meinen Präferenzen preis.		
F	123	15	Schneller Austausch in Chatform.	Schneller Austausch in Chatform: ermöglicht jederzeit schneller Informationsaustausch	Vorteile persönlicher Aktivität in sozialen Medien:
G	125 126 127	16	Schnelle Kommunikation. Ich kann zu jeder Tages- und Nachtzeit schreiben und kann Treffen vereinbaren, meine Inputs an mehrere Personen gleichzeitig weiterleiten und unkompliziert und schnell Bilder versenden.	Weitergabe von Informationen an mehrere Personen gleichzeitig	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Schnelle Kommunikation</li> <li>○ Ansicht Profilbilder</li> <li>○ Ansicht Statusmeldung</li> </ul>
G	122 123	17	Kurzer und schneller Informationsaustausch. Auch die Profilbilder und Statusnachrichten schaue ich mir an. Das gibt bei vielen einen kurzen Einblick in deren Leben.	Ansicht von Profilbilder und Statusmeldungen	

### Motivation zur Nutzung sozialer Medien

Interview	Zeilen- nummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
B	135 136	1	Das es eigentlich ganz nett ist, mit unterschiedlichen Personen mehrmals am Tag Kontakt zu haben.	Kontakt: <ul style="list-style-type: none"> <li>• verschiedene Personen</li> <li>• mehrmals am Tag</li> </ul>	Sozialer Austausch erwünscht
D	121 122	2	Einfacher, schneller Austausch bei WhatsApp. Bei Pinterest die Inspiration, einfach neue Ideen zu bekommen.	Schneller, unkomplizierter Austausch <ul style="list-style-type: none"> <li>• WhatsApp</li> <li>• Messenger</li> <li>• Facebook</li> </ul>	Vorteil eines schnellen Kommunikations- und Informationsweges
B	216	3	Unkomplizierter, schneller Austausch.		
C	150	4	Kommunikation und Informationsaustausch.	Vereinfachte Terminfindung	
C	249	5	Schnelle Austausch, und dass es keine Terminfindung erfordert.	Guter Informationskanal	
E	140 141	6	Einfache, schnelle Kommunikation bei WhatsApp und über den Messenger von Facebook.		
F	125	7	Einfacher und schneller Austausch.		
G	139	8	Schneller und unkomplizierter Austausch stattfindet, der mich interessiert. Ich müsste es für mich als Bereicherung betrachten können.		
A	150	9	Um mich einfach etwas „auf dem Laufenden“ zu halten.		
B	157	10	Wenn es schön aufgebaut ist, wenn es irgendwie neue Ideen bringt.	Bringt neue Ideen	Inspiration durch Nutzung sozialer Medien
F	125 126	11	Die Erreichbarkeit finde ich gut.	Gute Erreichbarkeit	Vorteil einer guten Erreichbarkeit
E	159 160	12	Da ich auf den sozialen Medien nicht wirklich agiere, sondern eher reagiere. Also die sozialen Interaktionsformen dürfen geringer ausfallen.	Reaktiv nicht proaktiv	Wenig soziale Interaktion

**Wunsch an App (soziale Interaktionsprozesse)**

Interview	Zeilen- nummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
B	146 147	1	Das heisst es wäre wie so eine Kombination von einem Rezeptaustausch zwischen Bekannten.	Rezeptideen austauschen <ul style="list-style-type: none"> <li>• spannend zu wissen was andere kochen</li> <li>• eigene Rezepte offerieren</li> </ul> Rezepte von anderen abspeichern	Austausch von Rezeptideen
C	160	2	Rezeptideen – spannend zu wissen, was die anderen machen.		
B	147 148 149	3	Also das wäre dann wie eine WhatsApp Gruppe wo man sich regelmässig austauscht, was man regional feines gemacht hat und das dann den anderen offerieren.		
E	152 153	4	Vielleicht austauschen und andere Rezepte mir merken, so dass ich diese für mich speichern kann.		
E	149 150 151	5	Ja wahrscheinlich würde ich mir wünschen, dass ich mich mit einem ausgewählten Benutzerkreis austauschen könnte, also Menüs und Rezepte teilen. Aber wirklich mit ausgewählten Personen die ich selber bestimmen bzw. auswählen kann.	Rezeptaustausch im ausgewählten Benutzerkreis  Austausch in kleinen Gruppen	Rezeptaustausch sowie soziale Interaktionsprozesse im ausgewählten Benutzerkreis
C	181 182	6	In einer kleinen Gruppe. Dass man etwas kocht und sich dann in der kleinen Gruppe austauscht.	Austausch in Gruppen/ Communities die in etwa ähnliche Vorstellungen und Ernährungsweisen haben	
C	182 183	7	Dass es nicht in die Welt hinausgeht, sondern in der Gruppe bleibt. Das kann auch virtuell in einer Community sein.		
G	135 136	8	Vielleicht einfach Gruppen einrichten, die in etwa eine ähnliche Vorstellung und gleiche Ernährungsweise haben.		
C	173 174	9	Ich finde im Internet gibt es schon so viel, wo kommentiert wird, und gerade auf dem Handy auf dem kleinen Bildschirm finde ich weniger mehr.	Kommentarfunktion durch einfache «Rating»-Funktion ersetzen	

C	175 176 177	10	Es wäre vielleicht etwas, keinen Kommentar zu schreiben, sondern einfach mit so Sternchen ein Rating abzugeben sehr praktisch. Mehr so etwas, was man auf einen Blick erkennt.		
D	136	11	Einfacher und schneller Austausch.	Einfach und schnell	Schnelle Handhabung
B	181 182	12	Es muss halt funktionieren. Ich glaube es liegt dann eher an den anderen Personen, die halt antworten müssen, sonst macht es keinen Spass.	Interaktionen müssen zwischen Sender und Empfänger stattfinden	Gegenseitige Interaktion muss gewährleistet sein

**Wunsch an MyFoodways-App (generell)**

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	160 161 162	1	Vielleicht dass ich etwas eingeben kann (vorhandenes Lebensmittel) und dann gezielt Vorschläge kommen.	Gezielte Rezeptvorschläge auf persönliche Wünsche zugeschnitten <ul style="list-style-type: none"> <li>mit spezifischen Lebensmittel</li> </ul>	Konkrete, auf den Benutzer zugeschnittene Rezeptvorschläge
A	162	2	Etwas das gesund ist aber trotzdem gut schmeckt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>gesund</li> <li>gut schmecken</li> </ul>	
B	151 152	3	Man könnte sowas auch noch viel grösser machen, aber dann wird es schnell unübersichtlich. Aber mit einer guten Suchfunktion könnte man auch arbeiten.	Darf nicht unübersichtlich werden <ul style="list-style-type: none"> <li>gute Suchfunktion</li> <li>nach «Menüart» gegliedert</li> <li>themenbezogen</li> </ul>	Gute Filterfunktionen
D	132 133	4	Sowie schnell und einfach auf spezifische Menüs kommen -> also mit guter Filterfunktion, damit man sich zurechtfinden kann.		
E	153 154 155	5	Evtl. sogar nach «Menüart», also so ein bisschen Themenbezogen ordnen und gliedern kann. Vielleicht nach Frühstück, Mittagessen, Abendessen oder nach zeitlichem Aufwand für die Menüs, oder speziell für Kinder geeignet, etc.		
C	163	6	Sie muss einfach, unkompliziert sein.	Benutzung: <ul style="list-style-type: none"> <li>unkompliziert und einfach</li> <li>Bilder einfach und schnell hochladen</li> </ul>	Einfache Handhabung
C	218	7	Die App muss einfach in der Handhabung sein.		
D	130	8	Eine ganz einfache Handhabung. Wo man die Ideen schnell austauschen kann.		
D	130 131	9	Wenn es jetzt beispielsweise um das Essen geht, soll man die Rezepte und Bilder ganz einfach und schnell hochladen können.		
G	151	10	Schnell, übersichtlich und unkompliziert.		
C	163 164	11	Die App darf nicht viel kosten, beziehungsweise sie darf einmalig etwas	Die App darf nicht teuer sein	Kostengünstig

			kosten aber nicht monatliche Gebühren.	Einmalige Investition	
C	164 165	12	Ansprechendes Design.	Ansprechendes Design	Ansprechendes Design
D	150 151	13	Es darf nicht zeitaufwendig sein. Ich habe keine Zeit dafür, wirklich. Es muss so einfach wie möglich sein.	Es darf nicht zeitaufwendig sein	Geringer Zeitaufwand
C	207	14	Es darf nicht nerven.	Es darf nicht «nerven»:	Keine Push-Benachrichtigungen
C	209 210	15	Also wenn das Handy immer am Klingeln ist, würde es mich stören.	<ul style="list-style-type: none"> <li>keine Push-Benachrichtigungen</li> </ul>	
C	214	16	Push-Benachrichtigungen möchte ich von der App nicht erhalten.		
C	217 218	17	Es muss mich interessieren, der Inhalt muss sich explizit auf die jeweilige Gruppe beziehen.	Interessante Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> <li>Inhalte müssen sich explizit auf die Benutzergruppe beziehen</li> </ul>	Inhalte müssen sich auf die jeweilige Benutzergruppe beziehen
E	176 177	18	Eine Grundbedingung für mich wäre, dass ich den Benutzerkreis einschränken kann. Dass ich eindeutig zuordnen kann, wer wie viel sieht.	Benutzerkreis einschränken: <ul style="list-style-type: none"> <li>eindeutige Zuordnung, wer wie viel sieht</li> </ul>	Möglichkeit, Benutzerkreis einzuschränken

**Einfluss virtueller sozialer Interaktionsprozesse auf die Menüwahl**

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
B	175	1	Ich glaube es hat schon einen Einfluss.	Einfluss durch virtuelle soziale Interaktionsprozesse auf das Ernährungsverhalten <ul style="list-style-type: none"> <li>• durch gute Ideen</li> <li>• durch Informationsweitergabe</li> <li>• benutzerspezifische Inputs</li> </ul>	Einfluss virtueller sozialer Interaktionsprozesse vorhanden
D	189 190	2	Nur insofern, wenn sie mir eine gute Idee geben und es mich sehr „gluschtet“, dass auch mal auszuprobieren. Dann schon.		
D	191 192 193	3	Oder wenn ich von jemandem etwas erfahre, wie zum Beispiel, dass die Tiere von da und da sehr schlecht gehalten werden, und ich das nicht gewusst habe, dann beeinflusst mich das schon sehr.		
B	176 177	4	Ich glaube man passt sich dann schon an, eben durch neue Ideen.		
B	177 178	5	Ganz grundsätzlich würde ich mich wahrscheinlich nicht ändern, aber einen «Tick» schon.		
G	147 148	6	Neue Ideen die meinen Vorstellungen von gesunder, kindergerechter Ernährung entsprechen würde ich schon ausprobieren.		
A	188 189	7	Für mich spielt es keine Rolle ob die Vorschläge von den App-Anbietern kommen oder von anderen Nutzern.	Es spielt keine Rolle ob Informationen / Vorschläge vom App-Anbieter oder anderen Nutzenden bereit gestellt werden	Nicht entscheidend ob Informationen von den App-Anbietenden oder Nutzenden bereit gestellt werden
D	193	8	Dann spielt es auch keine Rolle, wer mir das sagt.		
D	198 199	9	Zwischenmenschlich unterhält man sich zwar tiefer, was zum Beispiel auf		

	200 201		WhatsApp wegfällt, darum habe ich zuerst gedacht es hätte mehr Einfluss. Doch denke ich, wenn mir jemand eine gute Idee schreibt, dann spielt es keine Rolle ob ich die Person gesehen habe oder nur die Informationen kriege.		
D	201 202	10	Es muss mich halt einfach überzeugen, egal ob virtuell oder nicht!		
E	167 168 189 170 171 172 173	11	Kommt halt immer darauf an, wer den Input gibt. Also ich würde nicht einfach etwas blind, ohne zu hinterfragen übernehmen. Also wenn jetzt zum Beispiel ein „neuer Superfood“ rauskommt, wie zum Beispiel die Chiasamen und jemand sagen würde, das musst Du unbedingt essen, da wäre ich eher kritisch. Blind einfach etwas nachmachen, das mache ich nicht. Aber wenn ich jemanden kenne und ihm wirklich vertraue oder in meinem näheren sozialen Umfeld ist, dann würde ich schon das eine oder andere ausprobieren.	Virtueller sozialer Einfluss unter Umständen vorhanden: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommt darauf an, wer den Input gibt</li> <li>• Bereitschaft etwas Neues auszuprobieren vorhanden</li> </ul>	Sehen grundsätzlich die Möglichkeit, dass Inputs innerhalb einer Ernährungs-App einen Einfluss haben könnten  Kommt aber darauf an, wer die Inputs gibt
E	244 245	12	Also ich probiere schon mal was aus, aber wenn ich dann das Gefühl habe, es macht für mich keinen Sinn, dann lasse ich es wieder bleiben.		
E	243 244	13	Ich mache gerne meine eigenen Erfahrungen, und darum ist es eher schwierig mich zu beeinflussen.	Wenig wahrgenommener Einfluss <ul style="list-style-type: none"> <li>• Machen gerne eigene Erfahrungen</li> </ul>	

E	252 253	14	In einer App, wenn da jemand schreibt, das ist super, dann wirkt das weniger auf mich.		
A	191	15	Ich glaube nicht, dass es einen speziellen Einfluss hat.		
F	195 196 197	16	Weil das virtuelle nicht so fassbar ist, ich es nicht wirklich aktiv nutze und dies auch nicht suche. Wenn mir jemand persönlich einen supertollen Tipp hat, dann setze ich das noch so gerne um.	Eher weniger der virtuelle Einfluss, ein persönlicher Kontakt hätte mehr Wirkung auf die Menüwahl	

**(Virtuelle) Soziale Empfehlungssysteme**

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	249	1	Ja, meistens schon, das heisst wenn es welche hat.	Lesen meistens Bewertungen und Empfehlungen von anderen: <ul style="list-style-type: none"> <li>insbesondere wenn Produktkenntnisse fehlen</li> </ul>	Lesen regelmässig Rezensionen
D	211	2	Wenn Bewertungen vorhanden sind, dann finde ich es cool.		
E	256	3	Eigentlich bei allem, ja wirklich bei fast allem.		
E	260 261 262 263	4	Doch das ist mir sehr wichtig, vor allem wenn ich gar keine Kenntnisse vom Produkt habe. Dann möchte ich gerne wissen, wie andere damit umgegangen sind. Also nur aus der Beschreibung kann man häufig nicht herauslesen, ob das Produkt meine Anforderungen erfüllt.		
E	263 264	5	Darum vergleiche ich Rezensionen, vor allem wenn es etwas ist, was nicht alltäglich ist.		
G	194	6	Ja, wenn mir welche zur Verfügung stehen, schaue ich da schon drüber.		
G	198 199 200 201	7	Je nachdem was es ist. Ich finde es sehr hilfreich, wenn eine gewisse Unsicherheit meinerseits besteht oder ich etwas nicht kenne. Am Bildschirm kann die Qualität eines Produkts meist schlecht eingeschätzt werden, dann kann es sehr hilfreich sein, wenn bereits Bewertungen vorhanden sind.		
E	265 266 267	8	Es kann gut sein, dass ich relativ lange mit der Artikelnummer im Internet recherchiere und schaue, welche Erfahrungen andere mit		

			dem spezifischen Produkt schon gemacht haben.		
E	271 272	9	Das habe ich ein bisschen von meinem Partner übernommen, dass man zuerst ausführlich recherchiert, und nicht einfach das Erstbeste kauft.		
F	200	10	Ja.		
F	204 205	11	Kommt ein wenig darauf an, was es ist. Aber gerade bei Elektrogeräten finde ich es schon noch wichtig. Das kaufe ich ja auch nicht jeden Tag.	Lesen Rezensionen je nach Produkt- bzw. Themenbereiche	Lesen Rezensionen je nach Produkt- bzw. Themenbereich
F	206 207	12	Aber jetzt im Food Bereich ist es sicher spannend, aber schlussendlich muss ich selber wissen, was ich mache.		
C	282 283	13	Also ich finde es beeinflusst mich schon, aber wenn ich etwas brauche dann brauche ich es. Es ist aber selten so dringend, dass ich es sogleich bestellen muss, dann frage ich vielleicht auch mal nach.	Nehmen einen Einfluss durch Empfehlungen und Bewertungen wahr:  • fragen auch proaktiv nach	Nehmen bei Rezensionen einen Einfluss aufs eigene Entscheidungsverhalten wahr
D	211 212	14	Ist mir schon noch wichtig.	Finden Bewertungen und Empfehlungen wichtig	Finden Rezensionen wichtig
C	288 289	15	Bei einer gewissen Menge an Kommentaren kann ich einen guten „Mittelwert“ für mich daraus ziehen.	Lesen Bewertungen und Empfehlungen von anderen und machen für sich selbst eine «Mischrechnung»	Lesen Rezensionen und ziehen für sich das wichtigste heraus
A	251 252	16	Meistens lese ich es schon, einmal quer durch alles durch und nehme dann den Mittelwert.		
E	273 274	17	Ich lese jeweils viele Rezensionen, damit ich für mich eine „Mischrechnung“ machen kann.		

A	257 258	18	Je nachdem wie gut ich mich in dem Bereich auskenne oder nicht ist es entsprechend mehr oder weniger hilfreich.	Je nachdem, wie sich jemand in einem Bereich auskennt, sind Rezensionen mehr oder weniger hilfreich	Bedarf an Rezensionen erhöht sich, wenn wenig «Produktkenntnisse» vorhanden sind
B	247	19	Eher weniger, bisher.	Lesen kaum Rezensionen	Lesen selten Rezensionen
D	205 206	20	Ja, mache ich zwar selten, aber ich lese Rezensionen. Selber schreibe ich aber keine.		
D	212 213	21	Aber wenn ich dies selber nicht mache, kann ich auch nicht erwarten, dass es andere machen.	Schreiben selber keine Rezensionen, erwarten darum auch nicht, dass es andere machen	Schreiben selber keine Rezensionen, erwarten darum auch nicht, dass es andere machen
E	267 268 269	22	Wenn ich jedoch nichts finde, dann frage ich nicht im Netz nach, sondern bestelle das Produkt und sende es allenfalls wieder zurück, wenn es meine Anforderungen nicht erfüllt.	Lesen Rezensionen, fragen im Netz nicht nach  • nutzen dann die Möglichkeit, Produkte zu retournieren falls Anforderungen nicht erfüllt	Lesen Rezensionen, zeigen aber keine Eigeninitiative, wenn ein Produkt/Thema noch nicht bewertet wurde
F	208 209 210	23	Vielleicht brauche ich das auch weniger, weil ich Koch bin. Zum Beispiel bei Coop @home können Produkte auch bewertet werden, aber das bringt einen schlussendlich auch nicht weiter. Aber es ist amüsant, der eine sagt es ist eine Zumutung, der andere sagt es ist super. Na gut...	Rezensionen über Lebensmittel wird als nicht sehr hilfreich angeschaut:  • Geschmacksache	Sehen im Food-Bereich wenig bis keinen Bedarf nach Rezensionen
A	269 270	24	Ich glaube schlussendlich ist es sowieso Geschmacksache und ich koche was ich gerne mag.		

### Andere App-Nutzende teilen ihre Erfahrungen, Meinungen und Informationen über Rezepte in Form von persönlichen Rezensionen und Empfehlungen

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	274 275	1	Vermutlich würde ich diese Funktion aber schon nutzen, das heisst, die Rezensionen lesen.	<p>Würden die App-Funktion, persönliche Rezensionen und Empfehlungen von anderen App-Nutzenden lesen, nutzen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kurze Rezensionen erwünscht</li> <li>• sehen einen Einfluss</li> </ul>	<p>Würden persönliche Rezensionen von anderen App-Nutzenden lesen und sehen darin einen möglichen Einfluss</p>
C	300 301 302	2	Ja, fände ich gut, aber in einer sehr spartanischen Form. Nicht, dass da jemand eine halbe A4 Seite schreibt. Wir sind in einer schnell lebenden Welt und es hat nicht mehr jeder Zeit das Ganze zu lesen oder geschweige denn Lust dazu.		
D	224	3	Ja, das finde ich gut. Das hätte sicher einen Einfluss. Ich würde die Rezensionen lesen.		
F	223	4	Das könnte spannend sein.		
G	212 123	5	Das kenne ich zum Beispiel von Chefkoch.de. Wenn ich finde, eine Rezension oder Empfehlung über ein Rezept hilft mir weiter, dann lese ich nach.		
A	269 270	6	Ich denke ich würde es lesen, aber einen Einfluss? Ich glaube schlussendlich ist es sowieso Geschmacksache und ich koche was ich gerne mag.	<p>Würden die App-Funktion, persönliche Rezensionen und Empfehlungen von anderen App-Nutzenden lesen, nutzen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sehen nicht zwingend einen Einfluss</li> </ul>	<p>Würden persönliche Rezensionen von anderen App-Nutzenden lesen und sehen darin nicht zwingend einen Einfluss</p>
B	262 263 264	7	Nicht richtig, nein. Vielleicht wird es aber auch zur Gewohnheitssache und wenn man da mal unterwegs ist dann vielleicht schon.	<p>Würden die App-Funktion, persönliche Rezensionen und Empfehlungen von anderen App-Nutzenden lesen, vielleicht nutzen</p>	<p>Würden persönliche Rezensionen von anderen App-Nutzenden vielleicht lesen</p>
E	285 286	8	Begrenzt, wahrscheinlich. Es wird vermutlich einen Einfluss haben aber wie ich vorhin gesagt habe, ich würde mir schon selber noch Gedanken dazu machen.		

### Veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos & Videos durch App-Nutzende

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	277 278 279 280	1	Ja, zum Beispiel für die Zubereitung, ich bin nicht diejenige welche gutes Fleisch kochen kann, also einfach „Blätzli“ geht aber zum Beispiel einen Braten oder Schmorbraten könnte ich nicht aus dem Stehgreif. Also für solche Sachen wäre es sicher nützlich. Mit Anleitung wie man etwas zubereitet.	<p>Würden die App-Funktion, veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-Nutzende, verwenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eher als Unterstützung beiziehen</li> <li>• eher keine eigenen Beiträge hochladen</li> <li>• themenspezifisch</li> <li>• übersichtlich und ansprechend</li> </ul>	<p>Würden die App-Funktion, veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-Nutzende, zur Unterstützung beiziehen</p>
G	215	2	Finde ich eigentlich gut, es sollte einfach übersichtlich und ansprechend bleiben.		
B	266	3	Ja, ich glaube schon. Das würde ich anschauen.		
C	304	4	Im Rahmen finde ich das gut.		
C	309 310	5	Aber grundsätzlich schaue ich mir immer mal wieder ein Video an zu etwas, was mir fremd ist und ich mehr darüber wissen möchte.		
D	226 227 228	6	Ich finde es immer ein bisschen schwierig, wenn alle mitmachen und zum Beispiel nicht gut fotografieren können, dann muss man aus einer riesigen Flut wieder das Gute suchen. Da hätte ich wenig Lust darauf.	<p>Skepsis gegenüber einer allgemeinen Beteiligung durch App-Nutzende</p> <p>Expertise hat Vorrang</p>	<p>Skepsis gegenüber der Funktion, veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-Nutzende, aufgrund Unprofessionalität</p>
D	228 229	7	Fände es wohl besser, nur vom App-Anbieter Rezepte, Videos etc. zu erhalten.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fänden Inputs vom App-Anbieter besser</li> <li>• wünschen Professionalität</li> </ul>	
F	225 226	8	Meine Erfahrung ist einfach, dass wenn es nicht professionell gemacht ist, ziemlich schnell mühsam wird.		
E	288	9	Eher weniger.	Eher weniger	<p>Würden die App-Funktion, veröffentlichen und teilen von Rezept Fotos &amp; Videos durch App-Nutzende, eher nicht verwenden</p>

### Gründung von Communities

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	289	1	Ja, evtl. würde ich diese Funktion nutzen.	Finden eine Community gut und sinnvoll, würden diese Funktion nutzen	Würden sich in einer Community / in Communities austauschen
C	313	2	Finde ich gut.		
B	269	3	Ich glaube so was ist schon sinnvoll.		
E	291 292 293	4	Wenn es eine Gruppe Kochen für Kinder geben würde, wäre das vermutlich die einzige Community welche mich interessieren würde. Also so, dass es gerade zu meiner Lebenssituation passt.	Finden eine themenspezifische Community sinnvoll <ul style="list-style-type: none"> <li>• ähnliche Gewohnheiten</li> <li>• passend zur Lebenssituation</li> <li>• gibt Orientierung</li> </ul>	Würden einer Themenspezifischen Community beitreten
D	232 233	5	Das ist sicher wichtig, damit man auf eine Art einen Ast hat, wo man sich einordnen kann. Ja, ich würde auch in einer Community reinschauen.		
A	284 285	6	Am ehesten eine Community zu saisonalem kochen oder eine Gruppe für Personen die speziell für Kinder kochen.		
C	314 315 316	7	Ich finde es einerseits interessant, dass Du Dich zum Beispiel als vegan oder vegetarisch Lebender, dann vielleicht aufgrund religiöse Hintergründe wo einige Lebensmittel nicht erlaubt sind, einer Community anschliessen kannst.		
C	319 320	8	Somit kann sich jeder einer passenden Gruppe anschliessen.		
G	218 219	9	Das könnte sicher sehr sinnvoll sein. Wenn ich mich mit Personen austausche, die ähnliche Gewohnheiten haben wie ich, dann spricht mich das wohl eher an.		
F	229 230	10	Nein, für mich eher nicht. Aber wenn jemand eine ganz spezifische Ernährung benötigt, dann ist diese Person sicher froh um Tipps durch eine Community.		

### NutzerInnen teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte mit anderen App-Nutzenden.

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	292 293	1	Ja, vor allem dann, wenn vielleicht Vorschläge für die Verwendung von anderen Produkten einem Menü zugefügt werden. Beispielsweise Ersatz für Peperoni.	Sind der Funktion, Nutzerinnen und Nutzer teilen ihre eigenen oder angepassten Rezepte positiv eingestellt:	Würden die Funktion nutzen, jedoch selber eher nichts veröffentlichen
E	296 297	2	Ja, ich glaube wahrscheinlich schon. Könnte mich beeinflussen, so mittelmässig vermutlich.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• könnte einen Einfluss üben</li> <li>• wichtig: übersichtlich und ansprechend</li> </ul>	
G	222	3	Ja, wieder wenn es übersichtlich und ansprechend daherkommt.		
C	323 324	4	Ja, finde ich gut. Es gibt eine breitere Auswahl an Rezepten.	Finden die Funktion, eigene oder angepasste Rezepte mit anderen App-Nutzenden zu teilen gut  Würden eine breitere Auswahl von Rezepten begrüßen	Finden die Funktion, eigene oder angepasste Rezepte mit anderen App-Nutzenden zu teilen gut  Würden eine breitere Auswahl von Rezepten begrüßen
B	272 273 274	5	Vielleicht geringfügig. Es spielt mir keine Rolle ob das Rezept von den App-Entwicklern kommt oder diese von anderen Nutzern angepasst werden.	Sehen einen möglichen Mehrwert unabhängig davon, ob die Inhalte von App-Nutzenden oder Professionellen Personen erstellt werden	Sehen einen möglichen Mehrwert unabhängig davon, ob die Inhalte von App-Nutzenden oder «professionellen» Personen erstellt werden
D	236 237 238	6	Wenn man das trennen könnte, also sprich zum Beispiel einen Ordner wo man die Menüs der Nutzenden auffinden könnte, wäre es okay. Dann kann man schauen oder halt nicht. Aber wenn das in der ganzen anderen Flut ist, dann wäre mir das zu viel.	Kritisch eingestellt gegenüber der Funktion, veröffentlichen und teilen von eigenen oder angepassten Rezepten  <ul style="list-style-type: none"> <li>• wird schnell unübersichtlich</li> </ul>	Skepsis gegenüber der Möglichkeit, veröffentlichen und teilen von eigenen und angepassten Rezepten durch App-Nutzende aufgrund der «Unprofessionalität» und möglichen «Unübersichtlichkeit»
F	233	7	Auch hier finde ich, dass es besser ist, wenn die Rezepte		

	234		von professionellen Personen erstellt werden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mangel an Qualität</li> </ul>	
--	-----	--	---	--	--

### NutzerInnen «liken» die Rezeptvorschläge des App-Anbieters.

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
E	299 300 301	1	Wahrscheinlich würde es mich beeinflussen, da ich vermutlich zuerst alle Rezepte welche am meisten positive Bewertungen erhalten haben durchgehen würde. Beim Rezeptfinden würde ich so vorgehen, darum hätte es einen grossen Einfluss.	Würden die App-Funktion, «liken» von Rezeptvorschläge des App-Anbieters nutzen.	Würden die App-Funktion, «liken» von Rezeptvorschläge des App-Anbieters nutzen und denken, es hätte einen Einfluss auf die Menüwahl
C	326	2	Ja, wenn es schnell und übersichtlich dargestellt ist.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• denken, es hätte einen Einfluss auf die Menüwahl</li> </ul>	
G	224	3	Ja, da würde ich schon darauf schauen. Vermittelt mir einen Eindruck zum Rezept.		
F	236 237	4	Das finde ich noch eher wichtig als die Rezeptvorschläge anderer Nutzerinnen und Nutzern.	Bevorzugen die App-Funktion, «liken» von Rezeptvorschläge des App-Anbieters gegenüber der Funktion des «liken» von nutzergeneriertem Inhalt	Bevorzugen die App-Funktion, «liken» von Rezeptvorschläge des App-Anbieters gegenüber der Funktion des «liken» von nutzergeneriertem Inhalt
A	295 296 297	5	Ich würde wahrscheinlich auch ab und zu „liken“, ja, ich glaube schon. Ob ich dann wirklich darauf schauen würde, und es einen Einfluss auf meine Menüentscheidung hätte, weiss ich nicht.	Würden die App-Funktion, «liken» von Rezeptvorschläge des App-Anbieters allenfalls nutzen.	Würden die App-Funktion, «liken» von Rezeptvorschläge des App-Anbieters allenfalls nutzen
D	240	6	Finde ich okay.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nicht sicher ob es einen Einfluss auf die Menüwahl hätte</li> </ul>	Sind sich nicht sicher, ob es einen Einfluss auf die Menüwahl hätte
B	274	7	Das hat zu wenig Information.	Finden, dass dieses Rating, das «liken» zu wenig Information enthält	Finden, dass dieses Rating, das «liken» zu wenig Information enthält

**Gegenseitiges bewerten von Rezeptvorschlägen / Favoriten anderer NutzerInnen.**

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	300	1	Auch hier, würde ich wahrscheinlich ab und zu „liken“.	Würden die App-Funktion des gegenseitigen bewerten von Rezeptvorschlägen nutzen	Würden die App-Funktion des gegenseitigen bewerten von Rezeptvorschlägen nutzen
G	227 228 229	2	Da denke ich etwa das selbe. Die Bewertung ist eine grobe Vorselektion. Dabei spielt es mir keine Rolle, ob die Rezeptvorschläge von anderen Nutzern oder vom App Anbieter sind.	Würden die App-Funktion des gegenseitigen bewerten von Rezeptvorschlägen nutzen	Würden die App-Funktion nutzen, unabhängig davon, ob ein Rezept von App-Nutzenden oder dem App-Anbieter stammt
E	304 305 306 307	3	Für mich wahrscheinlich auch, es kommt auf die Rezeptfülle drauf an. Wenn es sehr viele Rezepte gibt z.B. zu Spaghetti Bolognese dann würde ich schon schauen, welches am meisten „Likes“ hat. Dabei ist es aber egal ob das Menü vom App-Anbieter oder von anderen Nutzern ist.	<ul style="list-style-type: none"> <li>unabhängig davon, ob das Rezept von App-Nutzenden oder dem App-Anbieter stammt</li> </ul>	
C	329	4	Ja, ich finde es gut, wenn es vielleicht verschiedene Icons gibt. Zum Beispiel ein Icon für wie lange, wie fein...	<p>Finden die App-Funktion des gegenseitigen bewerten von Rezeptvorschlägen gut</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>verschiedene Icons für spezifische Abkürzungen</li> </ul>	Würden die App-Funktion des gegenseitigen bewerten von Rezeptvorschlägen mit verschiedenen Icons für spezifische Abkürzungen gut finden
D	243 244	5	Das finde ich schwierig, wenn ein Rezept erst frisch veröffentlicht ist, dann hat es sowieso noch nicht so viele „Likes“. Aber vielleicht sieht man das ja an dem Datum.	<p>Kritische Stimme aufgrund der zeitlichen Abfolge</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Annahme, dass ältere Rezepte mehr</li> </ul>	Sehen es nicht zwingend als sehr unterstützend an

				Bewertungen haben als Neue	
D	244 245	6	Es ist okay, wenn man das macht, ich bräuchte das nicht zwingend.	Finden das gegenseitige «liken» nicht nötig	Finden das gegenseitige «liken» nicht nötig
B	279	7	Nein, auch da finde ich, es gibt mir zu wenig Information.	• zu wenig Informationsgehalt	
F	240	8	Für mich nicht wichtig, aber ich weiss, aktuell wird alles bewertet.		

### Einfaches pflegen und suchen von neuen Kontakten

Interview	Zeilen- nummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
C	332 333	1	Ja, suchen und finden schon. Inwieweit pflegen, da es sich um virtuelle Kontakte handelt, weiss ich nicht. Generell wäre es schon einfach und «gäbig».	Suchen und finden schon, inwieweit die Kontakte «gepflegt» werden ist nicht bekannt  <ul style="list-style-type: none"> <li>einfache Form Kontakte zu knüpfen</li> </ul>	Suchen und finden schon, inwieweit die Kontakte dann «gepflegt» würden, ist unklar
A	304 305	2	Evtl. einfach über die Communities, wenn etwas Spezielles vorliegt, zum Beispiel eine Allergie.	Evtl. Kontakte durch eine Community  <ul style="list-style-type: none"> <li>mit «Gleichgesinnten»</li> </ul>	Evtl. Kontakte mit «Gleichgesinnten» durch eine Community
A	303	3	Nein, nicht über eine Ernährungs-App.	Pflegen und suchen von neuen Kontakten nicht wichtig  <ul style="list-style-type: none"> <li>nicht über eine (Ernährungs-) App</li> </ul>	Pflegen und suchen von neuen Kontakten nicht wichtig
B	281	4	Nein, das ist nicht mein Ziel beim Gebrauch solcher Apps.		
D	247	5	Nein, ich habe genug Kontakte und es ist schon schwierig diese zu pflegen.		
E	309	6	Nein, ist mir nicht wichtig. Würde mich nicht animieren bzw. beeinflussen.		
F	242	7	Nein, das würde ich nicht nutzen.		
G	231	8	Nein. Eher nicht in einer Ernährungs-App.		

**Den RezeptentwickleInnen zu «folgen»**

Interview	Zeilen- nummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
D	250	1	Ja, das finde ich gut.	Finden die Funktion, eine(r/m) Rezeptentwickler/in gut  <ul style="list-style-type: none"> <li>wenn die Rezepte besonders entsprechen</li> <li>eine gewisse Menge an Rezepten müsste von dieser Person entwickelt werden</li> </ul>	Finden die Funktion, eine(r/m) Rezeptentwickler/in gut
F	245	2	Das finde ich cool.		
B	284 285	3	Gestern war es schon toll, dann mache ich heute wieder was von demselben Rezeptentwickler. Ja, warum nicht.		
G	234 235	4	Ja, das könnte ich mir gut vorstellen. Wenn mir von jemandem die Rezepte besonders entsprechen.		
C	336 337	5	Wenn ich merke das Gegenüber entspricht meinem Typ, fände ich es sinnvoll. Diese Person muss dann aber schon eine Menge an Rezepten bringen.		
E	312 313	6	Das könnte ich mir gut vorstellen, wenn ich das Gefühl habe, der hat gute Ideen, dass ich dann vermehrt von dieser Person Ideen übernehmen würde, wenn es für mich aufgeht.		
A	309 310	7	Vermutlich eher nicht, für mich macht dann die App weniger Sinn, wenn ich nur einzelnen Rezeptentwicklern folge.		
A	310	8	Die Breite macht es interessant für mich.		

### Ziehen von Vergleichen zwischen App-Nutzenden

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	314	1	Nein, das würde ich nicht nutzen.	Der Vergleich zwischen App-Nutzenden in Form von «Gamification» wird nicht gewünscht <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wettbewerb nicht relevant</li> <li>• Kein Interesse vorhanden</li> </ul>	Der Vergleich zwischen App-Nutzenden in Form von «Gamification» wird nicht gewünscht
B	289 290	2	Das ist mir dann schon etwas zu weit, ich will ja nur etwas zum Essen zubereiten und Ideen suchen, sonst ist es mir dann schon wieder zu viel.		
C	341	3	Nein, das finde ich irgendwie schwierig. Wäre für mich eher nichts.		
D	254	4	Nein, ich glaube das bräuchte ich nicht.		
E	320	5	Einen Vergleich muss ich nicht haben, ich muss mich nicht profilieren.		
F	249	6	Finde ich für mich persönlich nicht interessant.		
G	239	7	Nein, das würde mich nicht interessieren.		
E	317	8	Wettbewerb ist für mich nicht relevant.		
E	317 318 319	9	Aber für mich selber wäre es schon interessant, wenn ich zum Beispiel sehen würde, ein Menü hat einen niedrigen CO2 Ausstoss-Wert, dann würde ich das vermutlich kochen.	Zu wissen, mit wie vielen Umweltbelastungspunkten ein Menü belastet ist, wäre interessant	Zu wissen, mit wie vielen Umweltbelastungspunkten ein Menü belastet ist, wäre interessant

**Direktes Einsehen der Lieblingsmenüs von anderen NutzerInnen.**

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
D	257 258	1	Ich würde sicher schauen, aber ich würde nichts darauf schreiben, was ja nicht ganz fair ist. Aber sicher würde ich schauen gehen, das gäbe wieder etwas Inspiration.	Direktes Einsehen von Lieblingsmenüs anderer App-Nutzenden würde als App-Funktion genutzt werden	Direktes Einsehen von Lieblingsmenüs anderer App-Nutzenden würde als App-Funktion genutzt werden
E	323 324	2	Das würde mich vermutlich schon beeinflussen. Also vor allem von Leuten die ich kenne oder wenn ich in einer spezifischen Community bin.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• würde bei der Menüwahl beeinflussen</li> <li>• wird als Inspiration gesehen</li> <li>• von Personen mit ähnlichem Ernährungsverhalten</li> </ul>	
G	242 243	3	Ja, warum nicht. Wenn mir die Art und Weise der Gewohnheiten, der Menüs, der Darstellungsform entspricht, dann würde ich diese Funktion nutzen.		
C	347 348 349	4	Aber ich finde es schon wichtig, dass Rezepte und ein Austausch unter den Nutzenden entstehen kann, denn man fühlt sich diesen Personen unter Umständen näher als den App-Anbietern.		
B	293 294	5	Ich glaube das hat schon einen Einfluss, weil das auf eine Art schon wieder witzig ist. Aber wahrscheinlich dann so zehn Menüs immer wieder.		
A	317	6	Vielleicht, ist mir aber nicht so wichtig.	Direktes Einsehen von Lieblingsmenüs anderer App-Nutzenden würde eventuell genutzt werden	Direktes Einsehen von Lieblingsmenüs anderer App-Nutzenden würde eventuell genutzt werden
F	252 253	7	Es kommt halt darauf an, wie seriös das Ganze ist. Wenn die Plattform «zugemüllt» wird, dann habe ich keine Lust mehr, darin Rezepte zu suchen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wenig hohe Priorität</li> <li>• Übersichtlichkeit ist wichtig</li> </ul>	
C	344 345	8	Eher nicht, bei Freunden kann ich nachfragen und das andere ist wieder eher etwas das Zeit frisst.	Direktes Einsehen von Lieblingsmenüs anderer App-Nutzenden würde eher nicht genutzt werden	Kein Interesse am Einsehen von Lieblingsmenüs anderer App-Nutzenden

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• direktes Nachfragen bei Freunden</li> </ul>	
--	--	--	--	--	--

**Standortangaben veröffentlichen**

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	321	1	Vielleicht für Hinweise zu einem Markt in der Region, sonst wohl eher nicht.	Sind bereit, Standortangaben zu veröffentlichen	Sind bereit, Standortangaben zu veröffentlichen
D	262 263	2	Also mir ginge es nicht ums Treffen, aber vielleicht eine Information über eine Veranstaltung wäre schon noch gut.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hinweise zu Produktangebote</li> <li>• Markt in der Region</li> </ul>	um Hinweise zu Produktangebote und Märkte in der Region zu erhalten
E	328 329	3	Spezifische Produktangebote und einen Hinweis zum Wochenmarkt könnte für mich schon noch interessant sein.		
F	257 258	4	Das könnte noch interessant sein, vielleicht für Hinweise oder Produktangebote. Nicht um andere App-Nutzende zu treffen.		
G	247 248	5	Ich könnte mir vorstellen anzugeben, in welcher Ortschaft ich wohnhaft bin. Darüber hinaus würde ich aber nicht gehen.		
B	298	6	Ich glaube nicht, dass es so viel Einfluss auf mich hätte.	Würden Standortangaben eher nicht auf dem Netz veröffentlichen wollen	Würden vermutlich keine Standortangaben im Netz veröffentlichen
C	353	7	Ich würde das jetzt nicht suchen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• glauben nicht, dass es einen Einfluss hätte</li> </ul>	
C	353 354	8	Aber ich kann mir sehr gut vorstellen, dass es Leute gibt, die das schätzen würden.		
D	263 264	9	Aber ich habe Mühe damit, Informationen von mir auf dem Netz zu teilen, das mag ich nicht.		

**Andere Formen von virtuellen sozialen Austausch- oder Einflussituationen**

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	327	1	Nein, nichts Besonderes.	Es gibt keine Ergänzungen über andere Formen von virtuellen sozialen Austausch- und Einflussituationen	Es gibt keine Ergänzungen über andere Formen von virtuellen sozialen Austausch- und Einflussituationen
B	303	2	Fällt mir gerade nichts mehr ein.		
C	363	3	Nein, ich wüsste gerade nichts.		
D	269	4	Nein, jetzt gerade nicht.		
E	334	5	Nein.		
F	263	6	Eigentlich habe ich keine Ergänzungen mehr dazu.		
G	253	7	Nein, fallen mir keine ein.		

## Umgang mit Privatsphäre / teilen von persönlichen Daten

Interview	Zeilennummer	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	335	1	Einfach spezifisches über das Essen.	Veröffentlichen von spezifischen Informationen über Rezepte	Veröffentlichen von Rezepten
C	370	2	Möglichst wenig Information teilen. Eigentlich nur Rezepte.		
D	275	3	Einfach sachliche Dinge, wenn dann einfach ein Rezept. Aber nicht Persönliches.		
A	340 341	4	Eventuell einfach die Postleitzahl.	Wären bereit, die Postleitzahl zu veröffentlichen  • müssen sich wohlfühlen	Wären unter bestimmten Umständen bereit, die Postleitzahl zu veröffentlichen
C	383 384	5	Wenn ich mich jedoch genug wohl fühle, dann kann ich mir vorstellen, vielleicht die Postleitzahl anzugeben.		
B	336	6	Aber ich würde auch mitteilen wie alt ich bin und zum Beispiel, dass ich weiblich bin.	Je nach Situation  • Alter • Geschlecht • Name oder Pseudonym	Je nach Situation bereit das Alter und Geschlecht zu veröffentlichen
E	344 345	7	Ich würde vielleicht sagen wie ich heisse, oder vielleicht auch einfach unter einem Pseudonym.		
E	344	8	Von mir aus, eigentlich wenig. Ich würde keine Rezeptvorschläge machen.	Wenig persönliche Informationen  Würden keine Rezepte veröffentlichen	Kaum persönliche Informationen, würden auch keine Rezepte veröffentlichen
F	268 269	9	Wenig über mich... Rezepte würde ich kaum hochladen, da ich dies bereits beruflich mache und im privaten keine Zeit dafür aufwenden möchte.		
F	273	10	Keine persönlichen Angaben.	Würden keine persönlichen Angaben veröffentlichen	Würden keine persönlichen Angaben veröffentlichen
G	275	11	Keine persönlichen Angaben.		
E	349 350	12	Keine Namen und Alter von Familienmitglieder. Alles was meine Familie angeht, da bin ich heikel.		
A	340	13	Würde keinen Namen, Adresse und Telefonnummer angeben.		
B	327 328	14	Aber eigentlich brauche ich doch keine Informationen von den anderen Personen, das lenkt nur ab...		
B	330 331	15	Das heisst es interessiert mich nicht von den andern, und ich will es selbst auch nicht mitteilen.		





**Würde eine Community Ihr Einkaufs- und Kochverhalten beeinflussen?**

- sehr unwahrscheinlich
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- sehr wahrscheinlich

**In welcher Community wurde das Rezept «Aglio Olio mit Spinat» veröffentlicht?**

- vegane Rezepte
- kunterbunte Familienrezepte
- gesunde Rezepte
- schnelle Rezepte
- nachhaltige Rezepte
- vegetarische Rezepte
- glutenfreie Rezepte
- weiss nicht

**Szenario A – Experimentalbedingung 2**

**Bitte versetzen Sie sich für das unten aufgeführte Szenario in folgende Situation:**

Sie sind in Eile und bekommen unerwartet Besuch zum heutigen Mittagessen. Es bleibt wenig Zeit zur Vorbereitung eines Menüs, trotzdem soll es etwas gesundes und schmackhaftes zum Essen geben.

Im Internet findet man viele Rezeptdatenbanken. Die App, die hier präsentiert wird, bietet Ihnen aber mehr: Sie können mit anderen Nutzerinnen und Nutzer Rezepte teilen und sich zum Thema Ernährung austauschen. Ausgesuchte Rezepte, neue Küchenideen sowie Tipps und Tricks unterstützen Sie in der Küche. In unseren unterschiedlichen Communities können Sie sich mit anderen austauschen, gemeinsam aktiv werden oder sich einfach nur von den Ideen der anderen Community Teilnehmenden inspirieren lassen.

In der Community «**Vegane Rezepte**» wird Ihnen folgendes Rezept empfohlen:

**Aus der Community «Vegane Rezepte»**

- [Diskussion an jemanden mailen](#)
- [Version zum Ausdrucken](#)
- [Lesezeichen speichern](#)

[Vorherige Diskussion](#) | [Nächste Diskussion](#)

[Hauptmenü](#) ➔ [Community «Vegane Rezepte»](#)

Start der Diskussion

*Aglio Olio mit Spinat*



**Zutaten**

(für 2 Portionen)

- 3 Knoblauchzehen
- 0.5 rote Chilischote
- 200g Blattspinat, jung
- 200g Linguine
- 6 EL Olivenöl

Knoblauchzehen fein würfeln. Chillischote entkernen und fein würfeln. Jungen Blattspinat verlesen, waschen und abtropfen lassen.

Linguine in reichlich kochendem Salzwasser bissfest garen.

Olivenöl in einer grossen Pfanne erhitzen, Knoblauch und Chili darin 1 Min. bei mittlerer Hitze andünsten. Spinat zugeben, leicht zusammenfallen lassen und salzen. Nudeln abgiessen und tropfnass in die Pfanne geben. Alles kurz mischen und sofort servieren.

**Inhalt der Diskussion**

Betreff	Autor	Datum	ID
<a href="#">RE: Rezept Aglio Olio mit Spinat</a>	Denise Berger	19. April 2018	1
<a href="#">RE: Rezept Aglio Olio mit Spinat</a>	Dsamoa	19. April 2018	2

[Hauptmenü](#) | [Diskussionsrunde](#) | [Vorherige Diskussion](#) | [Nächste Diskussion](#)

**Beiträge zu dieser Diskussion**

- Denise Berger** (1 Beitrag) 19. April 2018

**1. "RE: Rezept Aglio Olio mit Spinat"**

In dieser Rezeptur fehlt eine wichtige Zutat, nämlich frische Gartenkräuter. Wirklich schnell zubereitet und super lecker!  
Guten Appetit!

[Löschen](#) | [Meldung an den Administrator](#) [Ändern](#) | [Antwort](#) | [Antwort mit diesem Beitrag](#) | [Nach oben](#)
- Dsamoa** (2 Beiträge) 20. April 2018

**2. "RE: Rezept Aglio Olio mit Spinat"**

Danke für Deinen Beitrag. Stimmt! - Das ergänzt den richtigen Geschmack.

[Löschen](#) | [Meldung an den Administrator](#) [Ändern](#) | [Antwort](#) | [Antwort mit diesem Beitrag](#) | [Nach oben](#)



### Szenario B – Experimentalbedingung 1

In der Ernährungs-App können Sie mit anderen Nutzerinnen und Nutzern Rezepte teilen und sich zum Thema Ernährung austauschen. Ausgesuchte Rezepte, neue Küchenideen sowie Tipps und Tricks unterstützen Sie in der Küche.

Für die App arbeiten **professionelle Rezeptentwickler/innen**. Bei ihrer Arbeit hat jede/jeder seinen persönlichen Schwerpunkt. Gesunde-, saisonale und/oder nachhaltige Rezepte, vegetarisch, vegan, kochen speziell für Kinder, etc. Unsere **Profis** veröffentlichen inspirierende Rezepte, Anleitungen, Fotos, Informationsvideos und Küchentipps. Sie können **ihrem/ihren Lieblingsköchen «folgen»**. So verpassen Sie keine News, Tipps und neue Rezeptideen.

Susanne Reich - bekannt für ihre sensationelle saisonale und vegetarische Küche – stellt das Rezept Kohlrabi-Möhren-Salat mit Seidentofu-Dressing online.

Kategorien: Saisonale Küche, vegetarisch, gut vorzubereiten, schnell

*Erfrischende Gegensätze: knackige Rohkost mit geröstetem Buchweizen und cremig-fruchtigem Apfeldressing.*



56 Bewertungen

**Professionelle Rezeptentwicklerin:**  
 Susanne Reich – Meine Inspiration für die vielfältige vegetarische Küche finde ich auf Reisen sowie auf Feldern von innovativen regionalen Produzenten. Mir ist wichtig, dass die Zutaten zu 100% natürlich sind. Gerne zeige ich Ihnen auf, welches die interessantesten und lohnendsten Kombinationen sind, um aus den Zutaten ein Maximum an Geschmack und Vielfalt herauszuholen.

Rezeptentwicklerin folgen

**überhaupt nicht ansprechend** ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ **sehr ansprechend**

Wie ansprechend ist dieses Menü? ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

**sehr unwahrscheinlich** ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ **sehr wahrscheinlich**

Würden Sie dieser Rezeptentwicklerin in der App «folgen»?

Würden Sie generell die Funktion, einer Rezeptentwicklerin / einem Rezeptentwickler zu «folgen», nutzen?

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Menü zubereiten würden?

Wer hat das Rezept «Kohlrabi-Möhren-Salat mit Seidentofu-Dressing» entwickelt?

Eine App-Nutzerin

Eine professionelle Rezeptentwicklerin

Ist mir nicht bekannt

### Szenario B – Experimentalbedingung 2

In der Ernährungs-App können Sie mit anderen Nutzerinnen und Nutzern Rezepte teilen und sich zum Thema Ernährung austauschen. Ausgesuchte Rezepte, neue Küchenideen sowie Tipps und Tricks unterstützen Sie in der Küche.

**Nutzerinnen und Nutzer** können ihre angepassten oder eigens kreierte Rezepte, Anleitungen, Fotos, Informationsvideos und Küchentipps veröffentlichen. **Alle Nutzenden** können aktiv werden, selber inspirierende Rezepte posten und sich andere «merken». Sie können **ihrem/ihren Lieblingsköchen «folgen»**. So verpassen Sie keine News, Tipps und neue Rezeptideen. Finden Sie ihre persönlichen Favoriten und freuen Sie sich über neue Impulse.

App-Nutzerin Susanne Reich - bekannt für ihre sensationelle saisonale und vegetarische Küche – stellt das Rezept Kohlrabi-Möhren-Salat mit Seidentofu-Dressing online.

Kategorien: Saisonale Küche, vegetarisch, gut vorzubereiten, schnell

*Erfrischende Gegensätze: knackige Rohkost mit geröstetem Buchweizen und cremig-fruchtigem Apfeldressing.*



56 Bewertungen

**Rezeptentwicklerin:**  
**App-Nutzerin Susanne Reich** – Meine Inspiration für die vielfältige vegetarische Küche finde ich auf Reisen sowie auf Feldern von innovativen regionalen Produzenten. Mir ist wichtig, dass die Zutaten zu 100% natürlich sind. Gerne zeige ich Ihnen auf, welches die interessantesten und lohnendsten Kombinationen sind, um aus den Zutaten ein Maximum an Geschmack und Vielfalt herauszuholen.

Rezeptentwicklerin folgen

**überhaupt nicht ansprechend** **sehr ansprechend**

Wie ansprechend ist dieses Menü?

**sehr unwahrscheinlich** **sehr wahrscheinlich**

Würden Sie dieser Rezeptentwicklerin in der App «folgen»?

Würden Sie generell die Funktion, einer Rezeptentwicklerin / einem Rezeptentwickler zu «folgen», nutzen?

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Menü zubereiten würden?

Wer hat das Rezept «Kohlrabi-Möhren-Salat mit Seidentofu-Dressing» entwickelt?

- Eine App-Nutzerin
- Eine professionelle Rezeptentwicklerin
- Ist mir nicht bekannt

### Szenario B – Experimentalbedingung 3

Innerhalb der Ernährungs-App werden Rezepte, Anleitungen, Fotos, Informationsvideos und Küchentipps veröffentlicht. Finden Sie so ihre persönlichen Favoriten und freuen Sie sich über neue Impulse.

Das Rezept Kohlrabi-Möhren-Salat mit Seidentofu-Dressing ist seit kurzem online.

**Kategorien:** Saisonale Küche, vegetarisch, gut vorzubereiten, schnell

*Erfrischende Gegensätze; knackige Rohkost mit geröstetem Buchweizen und cremig-fruchtigem Apfeldressing.*



**Zutaten**

Für 4 Portionen

Seidentofu-Dressing

- 200 ml naturtrüber Apfelsaft
- 4 EL Apfelessig
- 3 EL Sojasauce
- 400 g Seidentofu
- 5 EL Rapskernöl

**Salat**

- 40 g Buchweizenkörner
- Piment d'Espelette, (ersatzweise Cayennepfeffer)
- 2 EL Sojasauce
- 1 Kohlrabi, (350 g)
- 300 g Bundmöhren
- 250 g Staudensellerie
- 2 Mini-Römersalate, (insgesamt 380 g)
- 1 Bund Schnittlauch
- 1 säuerlicher Apfel



56 Bewertungen

- Apfelsaft bei starker Hitze auf 6 EL dickflüssig einkochen. Mit Apfelessig und Sojasauce verrühren und in einen Rührbecher geben. Tofu in den Becher geben und fein pürieren. Öl untermischen.
- Buchweizen in einer Pfanne ohne Fett bei mittlerer Hitze knusprig rösten und würzen. Sojasauce unterrühren.
- Kohlrabi schälen, halbieren und quer in sehr dünne Scheiben hobeln. Möhren schälen und mit einem Sparschäler in lange dünne Scheiben schneiden. Staudensellerie entfädeln. Römersalat waschen, der Länge nach vierteln und schräg in 3cm breite Streifen schneiden.
- Apfel in feine Scheiben hobeln.
- Salat mischen, mit etwas Dressing und Buchweizen anrichten.

**überhaupt nicht ansprechend** **sehr ansprechend**

Wie ansprechend ist dieses Menü?

**sehr unwahrscheinlich** **sehr wahrscheinlich**

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Menü zubereiten würden?

**Szenario C – Experimentalbedingung 1**

Nachfolgend wird Ihnen ein von Nutzerinnen und Nutzern bewertetes Rezept aus einer Ernährungs-App präsentiert.

Bitte bewerten Sie inwiefern die anschließenden Fragen für Sie zutreffen oder nicht.

*Lauch-Kartoffel-Suppe*



**Zutaten (für 4 Portionen)**

- 700g Lauch
- 250g Kartoffeln (festkochend)
- 2 Schalotten
- Pflanzenöl
- 1 Lorbeerblatt, frisch
- 400ml Gemüsefond
- 350ml (evtl. vegane) Milch
- Salz
- Pfeffer
- Muskat
- 150ml (evtl. vegane) Schlagsahne
- 6 Scheiben Baguette
- 1 Ei Öl
- 1 TI Muskatblüte (gemahlen)
- 0.5 Bund Schnittlauch

1. Lauch der Länge nach halbieren in 1cm dicke Stücke schneiden. Kartoffeln schälen und in kleine Würfel schneiden. Schalotten fein würfeln.
2. Pflanzenöl in einem Topf wärmen, Schalotten darin glasig dünsten. Lauch und Kartoffeln zugeben und kurz mitdünsten. Lorbeerblatt mehrfach einschneiden, mit Gemüsefond und Milch auffüllen und aufkochen. Mit Salz, Pfeffer und Muskat würzen. 30 Minuten zugedeckt kochen lassen.
3. Sahne steif schlagen. Baguette würfeln und mit Öl in einer Pfanne knusprig braten. Mit Muskatblüte mischen und beiseitestellen.
4. Lorbeerblatt aus der Suppe entfernen. Suppe pürieren. Suppe erneut erhitzen, die Sahne unterheben. Mit Schnittlauch und Croutons bestreut anrichten.



Durchschnittliche Menü-Bewertung der «Lauch-Kartoffel-Suppe» durch App-Nutzerinnen und -Nutzer:  
**4 von 5 Sternen**

8 von 10 App-Nutzerinnen und -Nutzer bewerten dieses Rezept als ein einfaches, besonders nachhaltiges Menü.

Für wie **nachhaltig** stufen Sie das Menü ein?

- gar nicht nachhaltig
- 
- 
- 
- 
- 
- sehr nachhaltig

Wie **ansprechend** ist dieses Menü?

- überhaupt nicht ansprechend
- 
- 
- 
- 
- sehr ansprechend

Für wie **gesund** stufen Sie das Menü ein?

- sehr ungesund
- 
- 
- 
- 
- sehr gesund

Wie **wahrscheinlich** ist es, dass Sie dieses Menü zubereiten würden?

- sehr unwahrscheinlich
- 
- 
- 
- 
- sehr wahrscheinlich





Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Menü zubereiten würden?

- sehr unwahrscheinlich*
- 
- 
- 
- 
- sehr wahrscheinlich*

## Szenario C – Experimentalbedingung 1

Nachfolgend wird Ihnen von einer Ernährungs-App ein Rezept präsentiert.

Bitte bewerten Sie inwiefern die anschließenden Fragen für Sie zutreffen oder nicht.

*Lauch-Kartoffel-Suppe*



**Zutaten (für 4 Portionen)**

- 700g Lauch
- 250g Kartoffeln (festkochend)
- 2 Schalotten
- Pflanzenöl
- 1 Lorbeerblatt, frisch
- 400ml Gemüsefond
- 350ml (evtl. vegane) Milch
- Salz
- Pfeffer
- Muskat
- 150ml (evtl. vegane) Schlagsahne
- 6 Scheiben Baguette
- 1 Ei Öl
- 1 Tl Muskatblüte (gemahlen)
- 0.5 Bund Schnittlauch

1. Lauch der Länge nach halbieren in 1cm dicke Stücke schneiden. Kartoffeln schälen und in kleine Würfel schneiden. Schalotten fein würfeln.
2. Pflanzenöl in einem Topf wärmen, Schalotten darin glasig dünsten. Lauch und Kartoffeln zugeben und kurz mitdünsten. Lorbeerblatt mehrfach einschneiden, mit Gemüsefond und Milch auffüllen und aufkochen. Mit Salz, Pfeffer und Muskat würzen. 30 Minuten zugedeckt kochen lassen.
3. Sahne steif schlagen. Baguette würfeln und mit Öl in einer Pfanne knusprig braten. Mit Muskatblüte mischen und beiseitestellen.
4. Lorbeerblatt aus der Suppe entfernen. Suppe pürieren. Suppe erneut erhitzen, die Sahne unterheben. Mit Schnittlauch und Croutons bestreut anrichten.

Für wie **nachhaltig** stufen Sie das Menü ein?

- gar nicht nachhaltig
- 
- 
- 
- 
- sehr nachhaltig

Wie **ansprechend** ist dieses Menü?

- überhaupt nicht ansprechend
- 
- 
- 
- 
- sehr ansprechend

Für wie **gesund** stufen Sie das Menü ein?

- sehr ungesund
- 
- 
- 
- 
- sehr gesund

Wie **wahrscheinlich** ist es, dass Sie dieses Menü zubereiten würden?

- sehr unwahrscheinlich
- 
- 
- 
- 
- sehr wahrscheinlich

Drei Fragen über die Bewertungen und Empfehlungen von und für App-Nutzende innerhalb einer Ernährungs-App.

Bitte geben Sie bei jeder Aussage an, inwiefern Sie dieser zustimmen.

	trifft überhaupt nicht zu					trifft voll zu	
Die Erfahrungen anderer App-Nutzenden würden mich bei der Zubereitung von Menüs unterstützen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich würde Bewertungen von anderen App-Nutzenden berücksichtigen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eine Empfehlung von anderen App-Nutzenden würde mich bei der Menüwahl beeinflussen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Zum Schluss noch einige Fragen zu Ihrer Person.**

**Was ist Ihr Geschlecht?**

- weiblich
- männlich

**Was haben Sie für einen Jahrgang?**

Bitte schreiben Sie 19XX oder 20XX.

**Welchen höchsten allgemeinbildenden Schulabschluss haben Sie?**

- Obligatorische Schule
- Berufsausbildung
- Berufsausbildung mit höherer Fachschule
- Mittel-/ Handelsschule/ Gymnasium
- Fachhochschule / Universität

**Was ist Ihr heutiger beruflicher Anstellungsgrad?**

- Vollzeit
- Teilzeit
- In Ausbildung / Studium
- Hausfrau / Hausmann
- Andere

**Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt (inklusive Sie selber)?**

 Personen

**Wie häufig kochen oder bereiten Sie persönlich eine Mahlzeit zu?**

- mehrmals täglich
- mehrmals die Woche
- 1-mal pro Woche
- mehrmals pro Monat
- 1-mal pro Monat
- seltener
- nie

**Wie häufig benutzen Sie mobile Applikationen (Apps)?**

- mehrmals täglich
- mehrmals die Woche
- 1-mal pro Woche
- mehrmals pro Monat
- 1-mal pro Monat
- seltener
- nie

**Fast geschafft!**

**Wollen Sie an der Verlosung der vier Gutscheine teilnehmen?**

Wenn ja, geben Sie hier Ihre E-Mailadresse an. Sie wird vertraulich behandelt und nur für die Verlosung genutzt.

Ihre E-Mailadresse:

**Haben Sie noch Fragen?**

Dann schreiben Sie mir eine Mail: [denise.bergerwidmer@students.fhnw.ch](mailto:denise.bergerwidmer@students.fhnw.ch)

**Vielen Dank für Ihre Mithilfe!**

Sie können das Fenster jetzt schliessen.

---

## Anhang C: Statistische Auswertungen

### C. 1 Stichprobe

#### C. 1.1 Alter

##### *Deskriptive Statistik*

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.- Abweichung
Alter in Jahren	226	18.00	72.00	32.4204	10.24827
Gültige Werte (Listenweise)	226				

#### C. 1.2 Geschlecht

##### *Geschlecht*

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig weiblich	170	75.2	75.2	75.2
männlich	56	24.8	24.8	100.0
Gesamt	226	100.0	100.0	

#### C. 1.3 Höchster Ausbildungsabschluss

##### *Höchster Ausbildungsabschluss*

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Berufsausbildung	33	14.6	14.6	14.6
Berufsausbildung mit höherer Fachschule	23	10.2	10.2	24.8
Mittel-/ Handelsschule/ Gymnasium	60	26.5	26.5	51.3
Fachhochschule / Universität	110	48.7	48.7	100.0
Gesamt	226	100.0	100.0	

#### C. 1.4 Beruflicher Anstellungsgrad

##### *Beruflicher Anstellungsgrad*

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Vollzeit	46	20.4	20.4	20.4
Teilzeit	72	31.9	31.9	52.2
In Ausbildung / Studium	83	36.7	36.7	88.9
Hausfrau / Hausmann	11	4.9	4.9	93.8
Andere	14	6.2	6.2	100.0
Gesamt	226	100.0	100.0	

### C. 1.5 Haushaltgröße

#### *Haushaltsgröße*

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	30	13.3	13.3	13.3
	2	82	36.3	36.3	49.6
	3	45	19.9	19.9	69.5
	4	45	19.9	19.9	89.4
	5	18	8.0	8.0	97.3
	6	3	1.3	1.3	98.7
	7	2	.9	.9	99.6
	14	1	.4	.4	100.0
	Gesamt	226	100.0	100.0	

### C. 1.6 Häufigkeit Mahlzeitenzubereitung

#### *Häufigkeit Zubereitung*

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	mehrmals täglich	67	29.6	29.6	29.6
	mehrmals die Woche	140	61.9	61.9	91.6
	1-mal pro Woche	14	6.2	6.2	97.8
	mehrmals pro Monat	5	2.2	2.2	100.0
	Gesamt	226	100.0	100.0	

### C. 1.7 Häufigkeit App-Nutzung

#### *Häufigkeit Appnutzung*

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	mehrmals täglich	103	45.6	45.6	45.6
	mehrmals die Woche	30	13.3	13.3	58.8
	1-mal pro Woche	10	4.4	4.4	63.3
	mehrmals pro Monat	28	12.4	12.4	75.7
	1-mal pro Monat	11	4.9	4.9	80.5
	seltener	24	10.6	10.6	91.2
	nie	20	8.8	8.8	100.0
	Gesamt	226	100.0	100.0	

## C. 2 Deskriptive Statistik

Deskriptive Statistik						
	N	Mittelwert	SD	Varianz	Minimum	Maximum
Mein nahes soziales Umfeld beeinflusst mich in meiner Menügestaltung	226	3.74	1.42	2.025	1	6
Es gibt Personen aus meinem erweiterten sozialen Umfeld, die mich bei meiner Menügestaltung beeinflussen	226	3.04	1.37	1.870	1	6
Mit Freunden und Bekannten tausche ich mich regelmässig über gesunde Ernährung aus	226	3.66	1.40	1.968	1	6
Internet, Kochmagazine, Kochbücher und Ratgeber haben einen Einfluss auf meine Menügestaltung	226	3.65	1.30	1.776	1	6

### C. 2. 1 Cronbach's Alpha: Subskala nachhaltige und gesunde Ernährung

#### Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	226	100.0
	Ausgeschlossen <sup>a</sup>	0	.0
	Gesamt	226	100.0

a. Listenweise Löschung auf der Grundlage aller Variablen in der Prozedur.

#### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Cronbachs Alpha für standardisierte Items	Anzahl der Items
.669	.673	6

#### Auswertung der Itemstatistiken

	Mittelwert	Minimum	Maximum	Bereich	Maximum / Minimum	Varianz	Anzahl der Items
Item-Mittelwerte	4.147	3.496	4.646	1.150	1.329	.214	6

#### Skala-Statistiken

Mittelwert	Varianz	Std.-Abweichung	Anzahl der Items
24.88	23.172	4.814	6

**C. 2. 2 Cronbach's Alpha: Subskala Food neophobia scale***Reliabilitätsstatistiken*

Cronbachs Alpha	Cronbachs Alpha für standardisierte Items	Anzahl der Items
.502	.517	3

*Auswertung der Itemstatistiken*

	Mittelwert	Minimum	Maximum	Bereich	Maximum / Minimum	Varianz	Anzahl der Items
Item-Mittelwerte	4.495	4.133	4.996	.862	1.209	.200	3

*Skala-Statistiken*

Mittelwert	Varianz	Std.-Abweichung	Anzahl der Items
13.4844	8.474	2.91103	3

**C. 2. 3 Cronbach's Alpha: Subskala Einfluss des sozialen Umfelds auf die Menüwahl***Zusammenfassung der Fallverarbeitung*

		N	%
Fälle	Gültig	226	100.0
	Ausgeschlossen <sup>a</sup>	0	.0
	Gesamt	226	100.0

a. Listenweise Löschung auf der Grundlage aller Variablen in der Prozedur.

*Reliabilitätsstatistiken*

Cronbachs Alpha	Cronbachs Alpha für standardisierte Items	Anzahl der Items
.634	.632	3

*Auswertung der Itemstatistiken*

	Mittelwert	Minimum	Maximum	Bereich	Maximum / Minimum	Varianz	Anzahl der Items
Item-Mittelwerte	3.475	3.040	3.739	.699	1.230	.144	3

*Skala-Statistiken*

Mittelwert	Varianz	Std.-Abweichung	Anzahl der Items
10.42	9.828	3.135	3

## C. 2. 2 Cronbach's Alpha: Subskala Allgemeiner sozialer Einfluss

### Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	226	100.0
	Ausgeschlossen <sup>a</sup>	0	.0
	Gesamt	226	100.0

a. Listenweise Löschung auf der Grundlage aller Variablen in der Prozedur.

### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Cronbachs Alpha für standardisierte Items	Anzahl der Items
.918	.918	3

### Auswertung der Itemstatistiken

	Mittelwert	Minimum	Maximum	Bereich	Maximum / Minimum	Varianz	Anzahl der Items
Item-Mittelwerte	4.444	4.301	4.637	.336	1.078	.030	3

### Skala-Statistiken

Mittelwert	Varianz	Std.-Abweichung	Anzahl der Items
13.33	21.805	4.670	3

## C. 3 Varianzhomogenitätstest

### C. 3.1 Varianzhomogenität Szenario A

AttraktivitätSzenarioA	Basiert auf dem Mittelwert	.840	2	216	.433
	Basiert auf dem Median	1.099	2	216	.335
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	1.099	2	214.808	.335
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	1.033	2	216	.358
BereitschaftSzenarioA	Basiert auf dem Mittelwert	.038	2	216	.962
	Basiert auf dem Median	.084	2	216	.920
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	.084	2	206.767	.920
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	.031	2	216	.970

### C. 3.2 Varianzhomogenität Szenario B

AttraktivitätSzenarioB	Basiert auf dem Mittelwert	.563	2	216	.571
	Basiert auf dem Median	.385	2	216	.681
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	.385	2	212.905	.681
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	.581	2	216	.560
BereitschaftSzenarioB	Basiert auf dem Mittelwert	1.253	2	216	.288
	Basiert auf dem Median	1.078	2	216	.342
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	1.078	2	205.894	.342
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	1.099	2	216	.335

### C. 3.3 Varianzhomogenität Szenario C

		Levene- Statistik	df1	df2	Signifikanz
AttraktivitätSzenarioC	Basiert auf dem Mittelwert	2.305	2	216	.102
	Basiert auf dem Median	1.542	2	216	.216
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	1.542	2	206.983	.216
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	2.235	2	216	.109
BereitschaftSzenarioC	Basiert auf dem Mittelwert	.625	2	216	.536
	Basiert auf dem Median	.317	2	216	.729
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	.317	2	214.886	.729
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	.407	2	216	.666

## C. 4 Einfaktorielle multivariate Varianzanalyse (MANOVA)

### C. 4.1 Multivariate-Tests

<b>Multivariate-Tests</b>						
Effekt		Wert	F	Hypothese df	Fehler df	Sig.
Szenario A						
Konstanter Term	Pillai-Spur	.949	2017.224	2.000	215.000	.000
	Wilks-Lambda	.051	2017.224	2.000	215.000	.000
	Hotelling-Spur	18.765	2017.224	2.000	215.000	.000
	Grösste				215.000	.000
charakteristische Wurzel nach Roy		18.765	2017.224	2.000		
Gruppe	Pillai-Spur	.021	1.152	4.000	432.000	.331
	Wilks-Lambda	.979	1.153	4.000	430.000	.331
	Hotelling-Spur	.022	1.153	4.000	428.000	.331
	Grösste				216.000	.103
charakteristische Wurzel nach Roy		.021	2.299	2.000		
Szenario B						
Konstanter Term	Pillai-Spur	.870	721.220	2.000	215.000	.000
	Wilks-Lambda	.130	721.220	2.000	215.000	.000
	Hotelling-Spur	6.709	721.220	2.000	215.000	.000
	Grösste				215.000	.000
charakteristische Wurzel nach Roy		6.709	721.220	2.000		
Gruppe	Pillai-Spur	.029	1.586	4.000	432.000	.177
	Wilks-Lambda	.971	1.582	4.000	430.000	.178
	Hotelling-Spur	.030	1.578	4.000	428.000	.179
	Grösste				216.000	.087
charakteristische Wurzel nach Roy		.023	2.470	2.000		
Szenario C						
Konstanter Term	Pillai-Spur	.948	1962.875	2.000	215.000	.000
	Wilks-Lambda	.052	1962.875	2.000	215.000	.000
	Hotelling-Spur	18.259	1962.875	2.000	215.000	.000
	Grösste				215.000	.000
charakteristische Wurzel nach Roy		6.709	1962.875	2.000		
Gruppe	Pillai-Spur	.078	4.377	4.000	432.000	<b>.002</b>
	Wilks-Lambda	.922	4.445	4.000	430.000	.002
	Hotelling-Spur	.084	4.512	4.000	428.000	.001
	Grösste				216.000	.000
charakteristische Wurzel nach Roy		.084	9.029	2.000		

### C. 4.2 Tests der Zwischensubjektive

Tests der Zwischensubjekteffekte						
		Quadratsumme vom Typ III	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
Korrigiertes Modell	attraktivität («attr.»)	28.959	2	14.479	7.299	.001
	bereitschaft («ber.»)	28.201	2	14.100	4.672	.010
Konstanter Term	attraktivität («attr.»)	5005.521	1	5005.521	2523.082	.000
	bereitschaft («ber.»)	3906.963	1	3906.963	1294.658	.000
Gruppe	attraktivität («attr.»)	28.959	2	14.479	7.299	.001
	bereitschaft («ber.»)	28.201	2	14.100	4.672	.010
Fehler	attraktivität («attr.»)	428.521	216	1.984		
	bereitschaft («ber.»)	651.836	216	3.018		
Gesamt	attraktivität («attr.»)	5463.000	219			
	bereitschaft («ber.»)	4587.000	219			
Korrigierte	attraktivität («attr.»)	457.479	218			
Gesamtvariation	bereitschaft («ber.»)	680.037	218			

### C. 4.3 Mehrfachvergleiche Scheffé-Test

Mehrfachvergleiche Scheffé-Test							
Abhängige Variable	(I)Gruppe	(J)Gruppe	Mittlere Differenz (I-J)	Standard Fehler	Sig.	95%-Konfidenzintervall	
						Untergrenze	Obergrenze
attraktivität («attr.»)	1.00	2.00	.4658	.23314	.138	-.1089	1.0404
		3.00	-.4247	.23314	.193	-.9993	.1500
	2.00	1.00	-.4658	.23314	.138	-1.0404	.1089
		3.00	-.8904	.23314	.001	-1.4651	-.3158
	3.00	1.00	.4247	.23314	.193	-.1500	.9993
		2.00	.8904	.23314	.001	.3158	1.4651
bereitschaft («ber.»)	1.00	2.00	.4932	.28754	.232	-.2156	1.2019
		3.00	-.3836	.28754	.412	-1.0923	.3252
	2.00	1.00	-.4932	.28754	.232	-1.2019	.2156
		3.00	-.8767	.28754	.011	-1.5854	-.1680
	3.00	1.00	.3836	.28754	.412	-.3252	1.0923
		2.00	.8767	.28754	.011	.1680	1.5854

## C. 5 Einfaktorielle univariate Varianzanalyse (ANOVA)

### Einfaktorielle ANOVA

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
attraktivität	Zwischen den Gruppen	28.959	2	14.479	7.299	.001
	Innerhalb der Gruppen	428.521	216	1.984		
	Gesamt	457.479	218			
wahrscheinlichkeit	Zwischen den Gruppen	28.201	2	14.100	4.672	.010
	Innerhalb der Gruppen	651.836	216	3.018		
	Gesamt	680.037	218			

## C. 6 t-Test

### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
CommunityF3	Varianzen sind gleich	.336	.563	.050	144	.960	.01370	.27431	-.52851	.55590
	Varianzen sind nicht gleich			.050	143.464	.960	.01370	.27431	-.52852	.55592
CommunityF4	Varianzen sind gleich	3.356	.069	-1.293	144	.198	-.28767	.22256	-.72759	.15224
	Varianzen sind nicht gleich			-1.293	137.980	.198	-.28767	.22256	-.72775	.15241
RezFolgF3	Varianzen sind gleich	.128	.721	.501	144	.617	.15068	.30050	-.44328	.74465
	Varianzen sind nicht gleich			.501	143.296	.617	.15068	.30050	-.44331	.74468
RezFolgF4	Varianzen sind gleich	.296	.587	-.652	144	.516	-.20548	.31524	-.82858	.41762
	Varianzen sind nicht gleich			-.652	143.817	.516	-.20548	.31524	-.82859	.41763