

# AURORA

FÜR FAMILIEINHELDINNEN - WIR SIND FÜR DICH DA,  
DAMIT DU FÜR SIE DA SEIN KANNST

## KONSUMENTEN

### Alleinerziehende Frauen

mit vielfältigen Belastungen durch berufliche und familiäre Herausforderungen

## BEDÜRFNISSE

- Emotionale Unterstützung
- Effektive Therapie
- Flexibilität und Zugänglichkeit
- Mehr Zeit (auch für sich), weniger Stress, Sorgen

## LEISTUNGEN

- Integrierte Betreuung.**  
Von der Diagnose bis zur Nachbehandlung.
- Therapeutische Integration.**  
Schnittstellen zu Spezialisten.
- Effektive Verkürzung der Therapiedauer.**  
Durch gezielte Aufarbeitung der Lebensumstände (biopsychosozial)
- Personalisierte Unterstützung.**  
Auf die Bedürfnisse der Mütter zugeschnitten.

## SITUATIONSANALYSE

Marktpotenzial:

## MARKETINGZIELE

- Intensivierung des Weiterempfehlungsverhaltens
- Benutzerbindung (Therapeuten, Ärzte bei Verschreibung der Anwendung)
- Positive Auswirkungen schaffen (Netzwerk aufbauen inkl. Sozialverbände)
- von Konkurrenz abgrenzen durch Spezialisierung auf Frauen, alleinerziehend
- Preisniveau (Krankenkassen wollen sparen)

## MARKETINGSTRATEGIE

- Zielgruppen spezifisches Marketing
- Partnerschaften mit Gesundheitsorganisationen und Therapeuten
- Inhaltliches Marketing
- Nutzerbewertungen und -erfahrungen
- Marktentwicklung (spezielle für Frauen, Fem-Tech)
- Marktdurchdringung durch Netzworkebildung

## MARKETINGMIX

### PRODUKT

- Produktinnovation, Sortiment-/Servicegestaltung
- App-Funktionen & Webanwendung
- Produktdifferenzierung & Qualitätsführerschaft

### PREIS

- Kostenfrei für Endanwender
- Krankenkassenpartnerschaft
- Skimming-Strategie

### KOMMUNIKATION

- Plakatwerbung, Auslage von Flyern in Praxen
- Content-Marketing auf Social Media
- Direct-Marketing & Mitarbeitermarketing

### DISTRUBITION

- Krankenkassen, Ärzte und Therapeuten
- App Store-Optimierung, SEO, Website

## MARKTFORSCHUNG

**Definition:** Ist die Anwendung auf die Bedürfnisse ihrer alleinerziehenden Nutzerinnen zugeschnitten?

**Design:** Primärforschung, explorativ, AB-Testing mit 100 Patienten (in Therapeuten-Ausbildungstätten)

**Datenerhebung:** qualitatives Interview mit Leitfragen

**Datenauswertung/Dokumentation:** Kodifizierung der Antworten, Clustering, Gewichtung & Interpretation - wissenschaftliche Veröffentlichung

## MARKTSEGMENTIERUNG

Gesundheitsmarkt

Digitale Gesundheitsanwendungen (DiGAs) für Erwachsene

DiGAs bei Depressionen (Einbezug Therapierende)

DiGAs Depressionen (inkl. Therapierende) für Frauen

**DiGAs Depressionen für alleinerziehende Frauen**



Quelle:

## SWOT-ANALYSE

### S Strengths

- Zertifiziertes Medizinprodukt - Kostenübernahme durch Krankenkassen
- Die App wird nahtlos in den Therapieprozesse integriert und kann so die Effizienz der Therapie steigern
- Zeitmangel alleinerziehender Mütter wird berücksichtigt, Termin lassen sich in der App einfach verschieben, Sitzungen aufarbeiten
- Ganzheitlich - soziale und biologische Stressoren werden berücksichtigt

### O Opportunities

- DiGAs - dritte Behandlungssäule in den Leitlinien
- Durch kontinuierliche Forschung und Entwicklung kann Aurora die Bedürfnisse der alleinerziehender Mütter adressieren
- 15% aller Alleinerziehenden wurden mit Depressionen diagnostiziert
- die Ausgaben für Prävention und Heilung mentaler Erkrankungen steigen

### Weaknesses W

- Aurora hängt von der aktiven Beteiligung und Empfehlung der Therapeuten ab
- Die Wirksamkeit der App ist abhängig von der Bereitschaft und Fähigkeit der Nutzerinnen, digitale Technologien zu nutzen
- individualisierte Ansätze sind bis jetzt noch nicht auf dem digitalen Gesundheitsmarkt vorhanden - Prototyp ist zu erproben

### Threats T

- Der Markt für digitale Gesundheitsanwendungen ist wettbewerbsintensiv
- Änderungen in den Gesundheitsgesetzen und -vorschriften könnten sich auf die Entwicklung der App auswirken
- Krankenkassen betrachten DiGA-Apps als sehr kostenintensiv

### MATRIKELNUMMERN

102209691  
102203462  
102209740  
102204020  
102202172

