

# Executive Summary – Locked-In App

**Unternehmensgründung:** 1. April

**Rechtsform:**

GbR: Gemeinschaft bürgerlichen Rechts

## **Unternehmen und Produkte:**

Der Hauptsitz wird sich in Freiburg befinden. Das zentrale Produkt welches entwickelt und angeboten werden soll, ist eine App, zur lokalen Vernetzung Gaming liebender Menschen, und Mitspieler:innen Suche. Diese Anwendungssoftware eröffnet eine Gaming bezogene Social Media Plattform. Diese ermöglicht Nutzern sich online, aber insbesondere auch im realen Leben verknüpfen zu können. Einnahmequellen sind Werbung, Sponsoring und eine monetarisierte Premiumversion im Abonnementformat.

Das Durchschnittsgehalt eines Appentwicklers liegt bei circa 44.600€ pro Jahr<sup>1</sup> und 3.717€ monatlich, also etwa einen Stundenlohn von 23,23€.

## **Persönliche Eignung:**

Das Gründer:innen-Team stellt sich aus Designer:innen zusammen, aus den Fachbereichen Gaming und Illustration. Es wurden bereits Vorkenntnisse im Bereich Programmierung, App-Entwicklung, Web- und Interfacedesign sowie Marketingkompetenzen gesammelt. Darüber hinaus verbindet die Gründenden die Liebe zu online als auch analogen Games.

## **Zielgruppe:**

Das Produkt soll Gaming interessierte Menschen ab 18 Jahren ansprechen, die feste Mitspieler:innen suchen, die sie auch im realen Leben kennenlernen und treffen wollen. Kerngebiet ist Deutschland, ansonsten wird die Dienstleistung in der DACH-Region angeboten. Eine enge Zusammenarbeit und Kollaborationen mit verschiedenen Dienstleister:innen vorzugsweise aus der Gamingbranche werden angestrebt.

## **Markt und Wettbewerbssituation:**

54 Prozent<sup>2</sup> aller Deutschen spielen zumindest gelegentlich Computer- und Videospiele. In der Altersgruppe der 16- bis 29-Jährigen beträgt der Anteil der Videospieler:innen sogar über 85 Prozent. Anhand eines prognostizierten Wachstums dieser Zahlen, ist ebenso großes Marktpotenzial für Gaming-spezialisierte Plattformen vorhanden und gleichzeitig eine stetig wachsende Zielgruppe. Was Social Media Plattformen angeht, blickt man auf einen bereits gesättigten Markt. Jedoch zeigen Plattformen wie TikTok (2017) oder Discord (2015), dass mit genug Alleinstellungsmerkmalen weiterhin Durchbrüche in diesem Markt möglich sind. Eine akkurate Wettbewerbssituation zu diagnostizieren, gestaltet sich als schwierig, da nicht viele Social Media Plattformen speziell für den Gaming-Bereich existieren, dennoch erwarten wir eine große Nachfrage.

---

<sup>1</sup> Stepstone

<sup>2</sup> Statista, Stand 2022

**Alleinstellungsmerkmal:**

Ziel ist es eine preiswerte Social Media Plattform speziell für Gaming interessierte Personen zu entwickeln, die online und analoge Spieleerlebnisse verknüpft und nachhaltiges Social Networking innerhalb der Gaming-Szene fördert. Durch die individuelle Gestaltung eines Profils, kann ist die Suche nicht auf gezielte Spiele begrenzt, sondern lässt die Suche nach vielen verschiedenen beim Spielen relevanten Interessen und Werten zu. Durch die Ortsbezogene Suchfunktion und realen Treffen, sollen langanhaltende Freundschaften/Spielbezogene Beziehungen auch außerhalb von Onlineforen gefördert werden. Gaming soll dabei nicht anonym bleiben, sondern auf einer gemeinsamen, vertrauensvollen, persönlichen Basis stattfinden.

**Vertrieb und Kommunikation:**

Das Bewerben der App findet zum einen digital statt, auf Plattformen wie Google, so wie Social Media Plattformen wie TikTok, Instagram oder Facebook. Über die Einrichtung eigener Social Media Channel kann nachgedacht werden, sofern es sich als sinnvoll erweist. Mit einer Firmen eigenen Website, soll ebenfalls gewährleistet sein, alle wichtigen Informationen über das Produkt und das Unternehmen möglichst niederschwellig in Erfahrung zu bringen und ohne große Umwege zum App- und iOS-Store weitergeleitet werden zu können.

Neben digitalen Marketingmaßnahmen soll unser Produkt außerdem lokal in Gaming spezifischen Einrichtungen beworben werden. Konkrete Beispiele wären örtliche Spielecafes, GameStops, Messen (z.B. Gamescom), Elektronikfachgeschäfte, PlayStores, etc.

**Abläufe und Organisation:**

Für den Start bedarf es einer Bürofläche mit potenziell skalierbarer Infrastruktur und passender elektronischer Ausstattung, um die App entwickeln und die Software warten und pflegen zu können. Es müssen ausreichend Computer und Laptops vorhanden sein, um Arbeiten vor Ort, Hybrid und 100% remote zu ermöglichen. Die Buchhaltung wird durch eine externe Steuerberatung umgesetzt. Eine unabhängige Gleichstellungsbeauftragte und HR-Consulting unterstützen zukünftig bei der internen Unternehmensstruktur und Teamerweiterung, sowie Fortbildung.

**Chancen und Risiken:**

Als Chance kann die innovative Idee gesehen werden, Gaming nicht nur online und anonym, sondern transparent und lokal stattfinden zu lassen. Dabei bietet die App das Potential freundschaftliche, vertraute und nachhaltige Gaming Communities entstehen zu lassen, die mehrere Spiele verbinden können. Risiken können dabei der Preisverfall am IT-Markt und mögliche spezialisierte Konkurrenz darstellen. Auch der Eintritt als Neueinsteiger:innen, in den Markt der Online Plattformen, sowie eine gewährleistete, langfristige Finanzierung, können Herausforderungen sein.

**Zukunftsperspektiven:**

Erhöhte Nutzerzahlen können zukünftig durch die Weiterempfehlung bestehender Nutzer:innen der App erzielt werden, sowie erhöhte Bekanntheit in der Gaming-Szene durch Messen und der Bewerbung in lokalen Geschäften. Kollaborationen mit Neuerscheinungen auf dem Spielemarkt und deren Entwickler:innen, können ebenfalls sinnvoll sein.

Mit stetiger Steigerung der Nutzerzahlen, steigt die Planungssicherheit und das Team kann Expandieren. Das Dienstleistungsangebot kann auf europäische/internationale Ebene erweitert werden und verschiedene Sprachen und Länder können implementiert werden.