**Einführung**

In diesem One-Pager wird ein mögliches Geschäftsmodell der Anwendung Friends and Positions anhand des Business Modell Canvas erläutert. Ziel ist es dem Leser einen Überblick über die elf wichtigsten Schlüsselfaktoren des Geschäftsmodells zu verschaffen.

**1. Schlüssel-Partner:**

Schlüssel-Partner von Friends and Positions sind sowohl Mobilfunk Anbieter als auch Anbieter von Stadtplänen und Landkarten. Diese helfen dabei die Lokalisierung der Anwender und ihrer Freunde so aktuell und genau wie möglich zu halten.

**2. Schlüssel-Aktivitäten:**

Die Schlüssel-Aktivitäten, also die Tätigkeiten, um das Geschäftsmodell in die Tat umzusetzen bestehen zum Großteil aus der Entwicklung der Web-Anwendung. Darüber hinaus ist das Bewerben der Anwendung eine Kern-Aktivität. Diese wird sich besonders auf den Social Media Bereich konzentrieren.

**3. Nutzen-Versprechen:**

Durch die Anwendung ist es den Nutzern möglich zu jeder Zeit zu sehen, wo sich ausgewählte Freunde aktuell befinden. Wer genau angezeigt wird, lässt sich über eine Freundesliste konfigurieren. Der Nutzer selbst hat auch die Möglichkeit seinen aktuellen Standort zu teilen.

**4. Kunden-Beziehung:**

Der Kundenkontakt besteht überwiegend über die eigene Web-Anwendung. Zusätzlich gibt es eine Support-Stelle, die sich um Mögliche Fragen und Probleme der Kunden kümmert. Eine weitere Frage ist „Wie können die in Frage kommenden Kunden gewonnen und gebunden werden?“. Die Kundengewinnung arbeitet mit Influencern, mit denen Schlüsselpartnerschaften zur Bewerbung der Anwendung eingegangen werden. Die Bindung soll über eine möglichst große Nutzerzahl und die damit einhergehende Entwicklung einer Community erfolgen.

**5. Kunden-Arten:**

Die Kunden-Zielgruppe stellen junge Menschen im Alter von 13 bis 25 dar, da diese besonders empfänglich für neue soziale Medien sind. Außerdem ist diese Gruppe besonders daran interessiert im Kontakt mit ihren Freunden zu stehen.

**6. Schlüssel-Ressourcen:**

Die wichtigsten Ressourcen sind die Entwickler der eigenen Anwendung. Es werden mehrere erfahrene Web-Entwickler mit Fokus auf Front- und Back-End Entwicklung benötigt. Wahlweise wird auch ein Büro benötigt, in dem die Mitarbeiter arbeiten können. Es besteht aber auch die Möglichkeit das ganz Unternehmen aus dem Home-Office zu betreiben.

**7. Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle:**

Ein Vertrieb im klassischen Sinne existiert nicht. Die Kommunikationskanäle beschränken sich auf die eigene Unternehmenswebsite und auf herausgegeben Presse-Mitteilungen.

**8. Kosten:**

Die Kosten liegen überwiegend im Bereich der Lohnkosten für die Entwickler. Außerdem entstehen Kosten durch die Unterhaltung der Server-Infrastruktur, das Marketing mit dem Fokus auf Social Media Influencern und durch mögliche Mietkosten der Büros.

**9. Einnahmequellen:**

Das Unternehmen erzielt Einnahmen, in dem es anonymisierte Standortdaten der Nutzer an dritte Unternehmen verkauft. Außerdem werden anonyme Analysen über Bewegungsprofile der Nutzer erstellt auf deren Basis Werbung ausgewählter Unternehmen in der Anwendung selbst geschaltet wird.

**10. Team:**

Das Team besteht zu Beginn aus Front- und Back-End Entwicklern, die die Anwendung initial entwickeln und diese weiter ausbauen. Zudem gibt es Partner-Manager, die sich sowohl um die Partnerschaft mit Influencern als auch um die Beziehung mit Werbung schaltenden Unternehmen kümmern.

**11. Werte:**

…