

Next2You

Semesterarbeit Service Engineering



Teammitglieder: Dario Schneider, Simon Buchser, Enis Tömen, Luca Althoff

Semester: HS24

Professor: Prof. Dr. Andreas Lorenz

Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

Inhalt

1. Next2You	4
1.1. Was ist Next2You?	4
1.2. Wie funktioniert Next2You?	4
1.3. Wie ist Next2You aufgebaut?	5
1.3.1. Communities/Accounts	5
1.3.2. Angebote	6
1.3.3. Matching-Mechanismus	6
1.3.4. Interaktionsmöglichkeiten & User Interface	6
1.3.5. Technischer Prototyp	7
1.3.6. Datenschutz und Sicherheit	8
2. Marktpositionierung	8
2.1. Branchenbeschreibung	8
2.2. Wettbewerbsanalyse	9
2.3. Kundennutzen und strategischer Wettbewerbsvorteil	9
2.4. Marktstrategie und Marketingkanäle	10
2.5. Markteintritt, Skalierung und Marktbearbeitung	10
2.6. Smart Service Engineering	11
2.6.1 Strategie entwickeln	11
2.6.2 Prototypen realisieren	11
2.6.3 Märkte erschliessen	12
2.7. Five-Forces-Analyse	13
2.8. Fazit der Five-Forces-Analyse:	15
3. Kunden	15
3.1. Personas	15
3.1.1. Nutzer-Personas (Anbietende)	16
3.1.2. Nutzer-Personas (Suchende)	17
3.2. Empathy-Map	17
3.3. Customer Journey und Touchpoints	18
4. Leistungsdimensionen	19
4.1. Leistungspotenzial des Anbieters	19
4.2. Leistungspotenzial der Nachfragenden	19
4.3. Leistungserstellungsprozess	19
4.4. Leistungsergebnis	20
4.5. Leistungsdimensionen als Diagramm	20
5. Dienstleistungsprozess	21

5.1.	Aufbau des Service Blueprints	21
5.2.	Beispiele für Frontstage, Backstage und Supportprozesse.....	21
5.3.	Identifikation von Verbesserungsmöglichkeiten	21
5.4.	Kontinuierliche Verbesserung	21
5.5.	Service Blueprint	22
6.	Strategische Analysen	23
6.1.	SWOT-Analyse	23
6.2.	SWOT-Matrix	24
6.3.	SWOT-Strategien	25
6.4.	Fazit Strategien.....	26
7.	Monetarisierung, Skalierbarkeit und Ökosystem	26
7.1.	Optionale Geschäftsmodelle und Premium-Services.....	26
7.2.	Kooperationen mit lokalen Partnern.....	27
7.3.	Skalierung und, Internationalisierung	27
8.	Fazit.....	27
9.	Ausblick	28
10.	Abbildungsverzeichnis.....	29
11.	Quellenverzeichnis.....	30

1. Next2You

In dem ersten Kapitel wird die grundlegende Idee von Next2You vorgestellt. Das Projekt adressiert die zunehmend relevante gesellschaftliche Herausforderung: Viele Menschen leben in dicht besiedelten Wohngebieten, kennen jedoch ihre Nachbarn kaum oder fühlen sich sozial isoliert.

Hier setzt Next2You an, indem es eine digitale Plattform für nachbarschaftliche Hilfeleistungen und Kontakte schafft. Kapitel 1 erläutert, was Next2You ist, wie die Plattform grundsätzlich funktioniert und aus welchen Komponenten sie besteht. Zudem wird der lokale Kontext hervorgehoben, der ein zentrales Element für die zielgerichtete Vermittlung von Hilfsangeboten darstellt. So entsteht ein Verständnis dafür, wie Next2You dazu beitragen kann, die Lebensqualität in urbanen Räumen zu erhöhen, Gemeinschaften zu stärken und Einsamkeit im Alltag wirksam entgegenzuwirken.

1.1. Was ist Next2You?

Next2You ist eine digitale Plattform, die Menschen in ihren unmittelbaren Wohnumfeldern vernetzt, um gegenseitige Unterstützung, Austausch von Dienstleistungen und den Aufbau lokaler Gemeinschaften zu fördern. Während klassische Online-Marktplätze in erster Linie materielle Güter handeln, setzt Next2You auf immaterielle Werte wie sozialen Zusammenhalt, gegenseitige Hilfe und die Stärkung des nachbarschaftlichen Vertrauens.

Die Idee entstand vor dem Hintergrund zunehmender Urbanisierung und Individualisierung, in der viele Menschen zwar in dicht besiedelten Städten leben, jedoch kaum noch Kontakt zu ihren Nachbarn pflegen. Einsamkeit, Isolation und ein Gefühl der Anonymität sind in vielen Wohnquartieren verbreitet. Gleichzeitig gibt es aber ein wachsendes Bedürfnis nach sinnstiftenden, sozial wertvollen Interaktionen, um den eigenen Alltag zu erleichtern oder neue soziale Kontakte zu knüpfen. Next2You bietet hierfür einen niederschweligen, digitalen Zugangspunkt.

Next2You stellt die nötige Infrastruktur bereit, um die Interaktionen zwischen Nachbarn zu erleichtern. Sie ermöglicht es Menschen Angebote einzustellen (z. B. Hilfe beim Einkaufen, beim Aufbau von Möbeln, Wissensaustausch, Nachhilfe) und gleichzeitig in natürlicher Sprache nach passenden Hilfsleistungen zu suchen.

1.2. Wie funktioniert Next2You?

Die Funktionsweise von Next2You ist bewusst einfach gehalten. Nutzer registrieren sich mit wenigen Angaben (Name, E-Mail, Wohnadresse) und werden daraufhin automatisch ihrer lokalen Community, meist definiert durch eine spezifische Adresse oder ein Quartier, zugeordnet. Einmal angemeldet, können sie entweder Angebote erstellen oder nach vorhandenen suchen. Die Plattform setzt dabei auf einen KI-basierten Matching-Mechanismus, der Anfragen in natürlicher Sprache versteht und entsprechende, thematisch passende Angebote vorschlägt.

Ein Beispiel: Eveline, 65, benötigt jemanden, der für einige Tage ihre Zimmerpflanzen giesst, während sie verreist. Statt lange Kategorien zu durchforsten, schreibt sie einfach: „Wer kann nächste Woche meine Pflanzen giessen?“ Next2You analysiert diese Anfrage und durchsucht die Datenbank ihrer lokalen Community nach Angeboten, in denen Nutzer

häusliche Tätigkeiten, Gartenarbeit oder ähnliches anbieten. Zwei, drei relevante Treffer werden Eveline präsentiert. Sie kann daraufhin Kontakt aufnehmen, Details klären und die Dienstleistung vereinbaren.

1.3. Wie ist Next2You aufgebaut?

Die Plattform ist modular strukturiert, um flexibel auf unterschiedliche Bedürfnisse und technische Anforderungen reagieren zu können. Die Hauptbereiche sind:

- **Communities/Accounts:** Verwaltung der Nutzerprofile, Zuweisung zu Wohnquartieren und die Möglichkeit, Communities zu wechseln oder weitere hinzuzufügen.
- **Angebote:** Erfassung, Darstellung und Verwaltung von Hilfeleistungen. Die Angebote sind bewusst einfach gehalten, um eine niederschwellige Nutzung zu ermöglichen.
- **Matching-Mechanismus:** Ein KI-Modul, das natürliche Sprache verarbeitet und Zusammenhänge erkennt.
- **Interaktionsmöglichkeiten & User Interface:** Ein benutzerfreundliches, responsives Interface, das sowohl auf Desktop- als auch auf mobilen Endgeräten ein angenehmes Nutzungserlebnis bietet.
- **Datenschutz und Sicherheit:** Klare Richtlinien und technische Vorkehrungen, um die Privatsphäre und Sicherheit der Nutzer zu gewährleisten, insbesondere bei der Verarbeitung persönlicher Daten.

Diese Komponenten greifen nahtlos ineinander, um einen reibungslosen Ablauf sicherzustellen. Im Hintergrund sorgen Cloud-Infrastrukturen für Skalierbarkeit und Zuverlässigkeit. Das Backend ist so konzipiert, dass es eine hohe Verfügbarkeit bietet und schnell auf Nutzeranfragen reagieren kann.

1.3.1. Communities/Accounts

Ein zentraler Bestandteil von Next2You ist die Idee der „Community“. Anders als globale Social-Media-Netzwerke konzentriert sich Next2You auf sehr begrenzte, lokale Einheiten, etwa ein Mehrparteienhaus, ein Strassenviertel oder ein zusammenhängendes Wohnquartier. Diese geografische Fokussierung steigert die Relevanz der angezeigten Inhalte erheblich. Nutzer wissen, dass alle Angebote von Personen stammen, die in unmittelbarer Nähe wohnen.

Jeder Account ist fest an eine Community gebunden. Um dies zu ermöglichen, muss bei der Registrierung die Wohnadresse angegeben werden. Ein Verifizierungsprozess (z. B. durch einen Code in einem Briefkasten) könnte optional implementiert werden, um sicherzustellen, dass Nutzer wirklich dort ansässig sind. Diese Verifikation stärkt das Vertrauen in die Plattform, schliesst aber Personen nicht aus, die aus anderen Gründen an der Community teilnehmen (z. B. weil sie regelmässig in dem Quartier arbeiten).

1.3.2. Angebote

Das Einstellen von Angeboten ist einfach gehalten. Ein Formular fragt einen Titel („Verleihe Bohrmaschine“, „Hilfe beim Englisch lernen“, „Fahre dich zum Bahnhof“) und eine kurze Beschreibung ab. Zeitliche Einschränkungen, Kontaktmöglichkeiten und relevante Hinweise (z. B. „nur nachmittags“ oder „gegen kleines Entgelt in Form von Keksen“) können ebenfalls hinterlegt werden. Die Idee ist, dass die Erstellung eines Angebots nicht länger als eine Minute dauern soll.

Die so entstandene Datenbank an Angeboten bildet das Rückgrat der Plattform. Sie ist das Reservoir, aus dem Suchanfragen bedient werden. Anders als in klassischen Kleinanzeigenmärkten müssen Anbietende ihre Offerten nicht mühsam verschlagworten. Das KI-System übernimmt diesen Schritt, indem es anhand des eingegebenen Beschreibungstextes selbstständig Merkmale erkennt, die später bei Anfragen genutzt werden können.

1.3.3. Matching-Mechanismus

Der technische Hauptvorteil von Next2You liegt in der Nutzung von Natural Language Processing (NLP) und maschinellen Lernverfahren zur Analyse von Anfragen. Nutzer müssen keine Kategorien auswählen oder Stichwörter eingeben, sondern können ihre Anliegen in natürlicher Sprache formulieren.

Diese Methode bietet den Vorteil, dass sprachliche Variationen, wie Synonyme oder unterschiedliche Formulierungen, weniger ins Gewicht fallen. Das System erkennt beispielsweise die inhaltliche Ähnlichkeit zwischen „Wer kann mir helfen, dieses Regal aufzubauen?“ und „Hat jemand Zeit, mir bei Möbelmontage zu assistieren?“. Dies erhöht die Trefferquote und minimiert Frustration bei der Suche. (Wuttke, 2024)

1.3.4. Interaktionsmöglichkeiten & User Interface

Die Interaktion mit Next2You findet vorwiegend über ein modernes Webinterface statt. Responsives Design stellt sicher, dass alle Funktionen sowohl am Laptop als auch auf dem Smartphone zugänglich sind. Nutzer sehen nach dem Login ein Dashboard mit ihrer Community, aktuellen Angeboten, der Möglichkeit, neue Offerten einzustellen oder nach etwas zu suchen.

Ein klar strukturierter Header führt zu den Hauptfunktionen: „Home“, „Suchen“, „Anbieten“, „Chats“, „Verlauf“. Der Chat wird verwendet, um Details mit Anbieter oder Suchenden vor der eigentlichen Dienstleistung zu klären. Weitere Interaktionsmöglichkeiten beinhalten das Abgeben von Feedback, Bewertungen oder die Meldung problematischer Inhalte. Die Plattform soll dadurch nicht nur ein reines Vermittlungstool sein, sondern auch ein Ort, an dem sich ein Gemeinschaftsgefühl entwickeln kann.

Auf den folgenden Darstellungen wird ein Prototyp dargestellt. Das schlichte Design sollte mit dem Logo übereinstimmen. Die ersten beiden Darstellungen zeigen den Anmelde- sowie Registrierungsscreen. Bei dem nächsten Bild wird ein Homescreen mit dem Menü dargestellt, wobei man zudem das eigene Profil sehen kann. Die unteren drei Darstellungen veranschaulichen bildlich den Prozess, wie eine Person angeschrieben werden könnte.

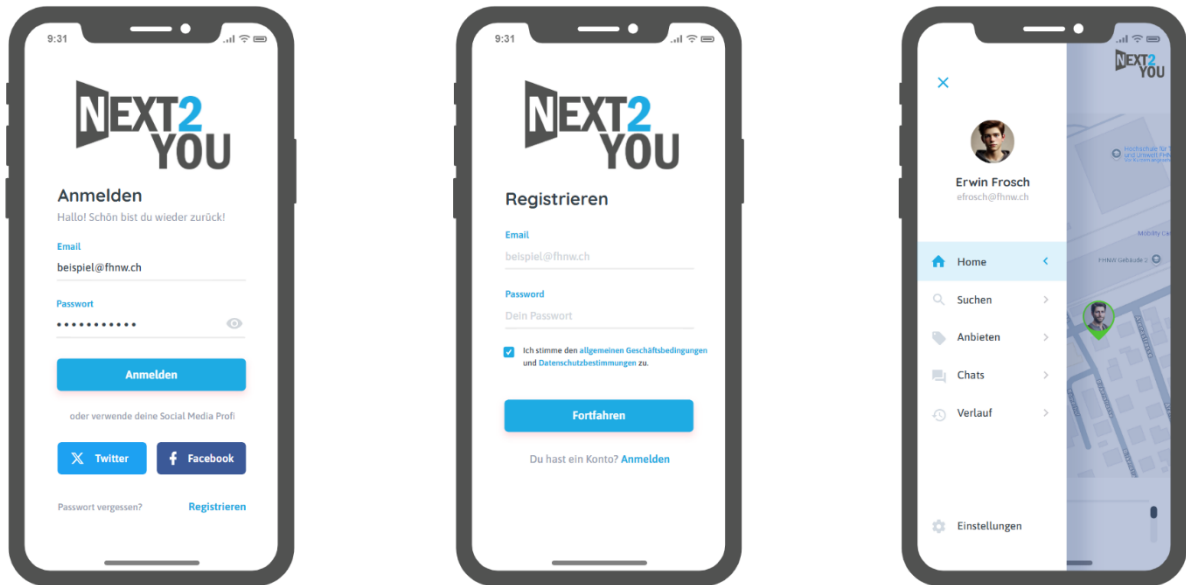


Abbildung 1 Prototyp Grunddarstellungen (Moqups, 2024)

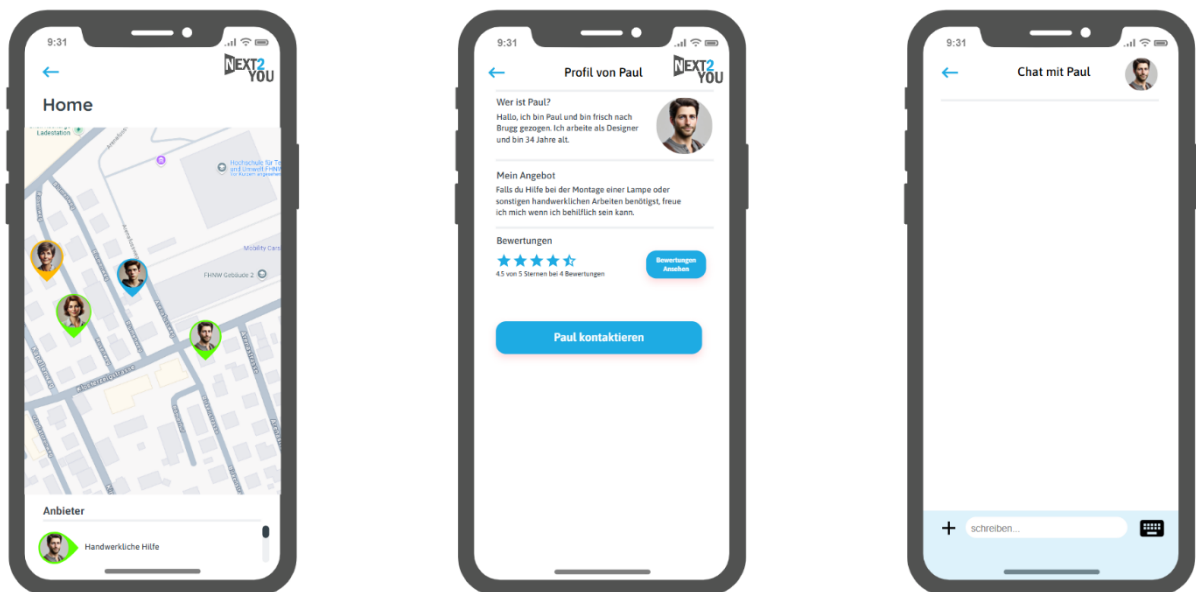


Abbildung 2 Prototyp Personenverknüpfung (Moqups, 2024)

1.3.5. Technischer Prototyp

Um die Grundsätzliche Nutzung der App darzustellen, wurde eine Webapplikation programmiert. Diese wurde für Smartphone sowie Desktop Darstellung entwickelt.

Die App zeigt eine statische Benutzeroberfläche mit fiktionalen Anbietenden und Suchenden sowie Angeboten und Gesuchen. Alle Funktionen können vom Nutzer getestet werden. Auch die grafische Oberfläche und das moderne/simple Design spiegeln die Vision der App Next2You wider.



Abbildung 3 QR-Code Prototyp App

1.3.6. Datenschutz und Sicherheit

Die Frage des Datenschutzes ist entscheidend für den langfristigen Erfolg von Next2You. Nutzer geben persönliche Daten wie ihre Adresse an. Die Plattform muss daher strikte Datenschutzrichtlinien einhalten, insbesondere in Bezug auf DSGVO (EU) oder vergleichbare Regelungen in anderen Ländern.

Personenbezogene Daten werden verschlüsselt gespeichert, Zugriffe protokolliert und die Nutzung der Daten auf das notwendige Minimum beschränkt. Die Analyse erfolgt anonymisiert auf Textbausteinen, die nicht unmittelbar auf die Identität einer Person schliessen lassen. Zudem werden Funktionen zur Anonymisierung der Kontaktaufnahme geprüft, um die Privatsphäre von den Nutzern zu wahren. Sicherheitstechnisch werden regelmässige Penetrationstests und Audits durchgeführt, um Schwachstellen frühzeitig zu erkennen und zu beheben.

2. Marktpositionierung

Die Marktposition von Next2You beschreibt dessen Stellung im Wettbewerbsumfeld und dient als Grundlage für strategische Entscheidungen zur langfristigen Sicherung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit. In diesem Kapitel wird die Branche beschrieben, der Wettbewerb analysiert und das Smart Service Engineering betrachtet.

2.1. Branchenbeschreibung

Der Markt für lokale digitale Plattformen, die soziale Interaktionen fördern, ist stark im Wachsen. Während in den 2000er- und 2010er-Jahren vornehmlich E-Commerce-Plattformen wie Amazon oder Zalando dominierten, ist nun ein Trend hin zu lokalen Lösungen erkennbar. Verschiedene Start-ups und Initiativen versuchen Nachbarschaftshilfe, Tauschbörsen, lokale Veranstaltungen oder sogar Repair-Cafés digital abzubilden.

Dieser Trend spiegelt eine gesellschaftliche Entwicklung wider: Menschen suchen wieder nach lokalem Zusammenhalt in einer immer stärker globalisierten und digitalisierten Welt. Gerade nach Krisenzeiten (z. B. einer Pandemie) ist das Bedürfnis nach persönlichem

Austausch und gegenseitiger Unterstützung stark angestiegen. In diesem Umfeld positioniert sich Next2You als eine Plattform, die nicht nur Kommunikation, sondern echte Dienste vermittelt.

2.2. Wettbewerbsanalyse

Wichtige Wettbewerber sind Plattformen wie Nextdoor oder «nebenan.de». Auch grosse soziale Netzwerke wie Facebook bieten lokale Gruppen an. Der entscheidende Unterschied ist jedoch, dass diese Angebote meist auf linearen Postings basieren, welche die Nutzer manuell durchforsten müssen. Sie bieten keinen Matching-Mechanismus und oft keine gezielte Fokussierung auf Hilfeleistungen.

Während Nextdoor eine breite Palette lokaler Themen abdeckt (von verlorenen Katzen über Restaurantempfehlungen bis hin zu Nachbarschaftstreffen), setzt Next2You spezifisch auf den Mehrwert der dienstleistungsorientierten Vermittlung. Diese Spezialisierung kann sich als starker Vorteil erweisen, da Nutzer die konkrete Hilfe suchen, unmittelbar relevante Informationen finden.

2.3. Kundennutzen und strategischer Wettbewerbsvorteil

Der Kundennutzen von Next2You ist klar: schnelle, unkomplizierte Vermittlung von Hilfsleistungen im direkten Wohnumfeld. Anders als bei allgemeinen Marktplätzen besteht eine hohe Vertrauensbasis, da Angebote von unmittelbaren Nachbarn stammen. Der strategische Wettbewerbsvorteil liegt im Einsatz von KI-Technologie für das Matching. Dieser Ansatz erspart es Nutzerinnen, komplizierte Filter oder Kategorien zu navigieren und hebt Next2You von anderen Plattformen ab, die diese Funktion nicht bieten.

Zudem konzentriert sich Next2You auf Immaterielles: Während andere Plattformen Warenhandel in den Vordergrund stellen, ist hier die soziale Dienstleistung die Hauptressource. Das kann zu einer stärkeren emotionalen Bindung der Nutzer an die Plattform führen.

Dieser Ansatz spiegelt sich auch in dem folgenden Positionierungsdiagramm wider. Dieses zeigt, dass Next2You sich mit innovativer Technologie und dem Fokus auf lokale Gemeinschaft abhebt.

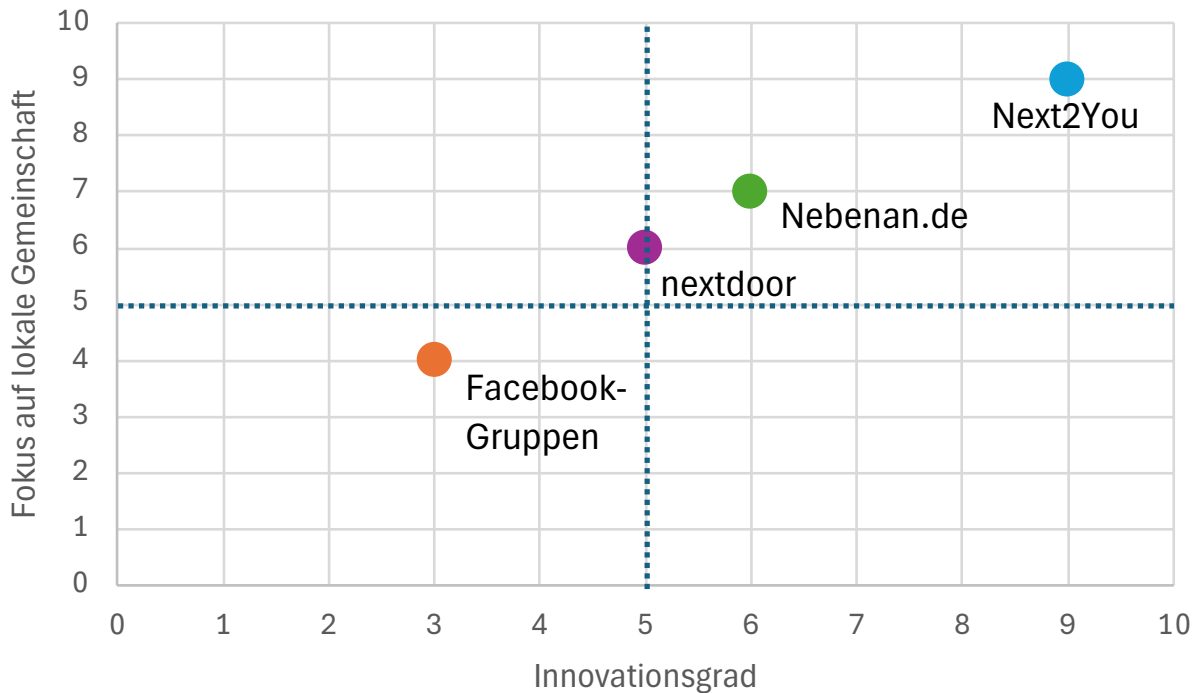


Abbildung 4 Marktpositionierung Next2You

2.4. Marktstrategie und Marketingkanäle

Die Marktstrategie von Next2You setzt auf eine Kombination aus Online- und Offline-Kanälen. Online-Marketing über Social Media (Facebook, Instagram, lokale Telegram- oder WhatsApp-Gruppen), Suchmaschinenoptimierung und gezielte Anzeigen ist ein erster Schritt um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Offline kann die Plattform über Flyer, Aushänge in Mehrfamilienhäusern, Info-Stände auf Quartiersfesten oder Kooperationen mit lokalen Geschäften bekannt gemacht werden.

Ein wichtiger Bestandteil der Strategie ist das Community-Management: Moderatoren und lokale Botschafter können helfen, neue Nutzergruppen zu erschliessen und Vertrauen aufzubauen. Das Markenimage von Next2You soll dabei nahbar, zuverlässig und sozialverantwortlich sein.

2.5. Markteintritt, Skalierung und Marktbearbeitung

Der Markteintritt erfolgt zunächst in Pilotquartieren. Hier können erste Erfahrungen gesammelt, Kinderkrankheiten behoben und Erfolgsstories generiert werden. Mit steigender Nutzerzahl und positiven Mundpropaganda-Effekten soll Next2You dann in weitere Stadtteile und Städte expandieren. Die Skalierung erfordert technische Robustheit (Cloud-Infrastruktur, Container-Orchestrierung) sowie einen planvollen Aufbau von Community-Management-Teams.

Langfristig ist auch eine Internationalisierung denkbar. Die Grundidee – nachbarschaftliche Hilfeleistungen digital zu vermitteln – ist kulturell anpassbar, da in vielen Ländern ähnliche Bedürfnisse bestehen. Eine Herausforderung ist dabei, sprachliche und kulturelle Besonderheiten in den Matching-Modellen zu berücksichtigen.

2.6. Smart Service Engineering

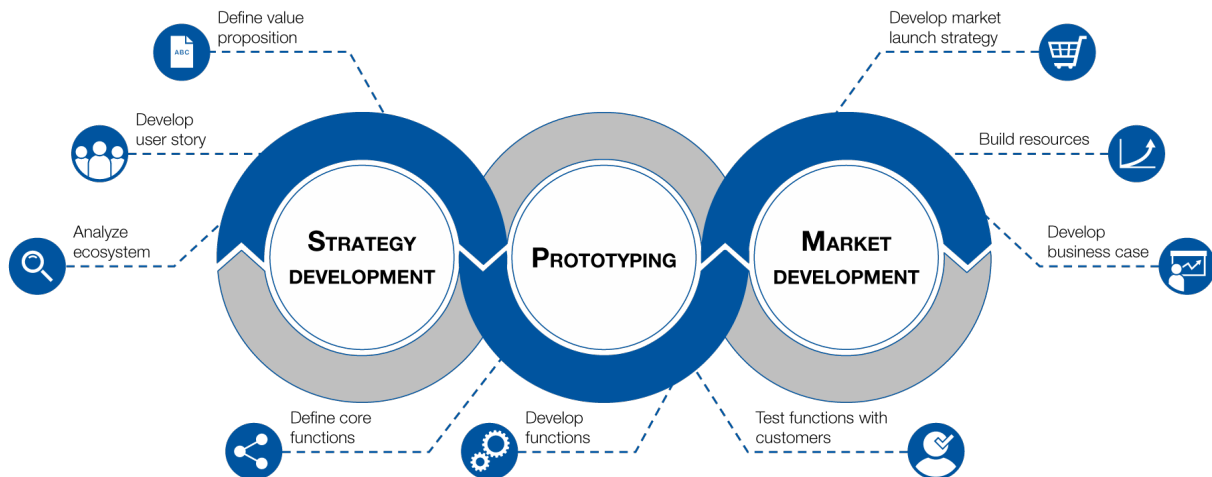


Abbildung 5 Smart Service Engineering (Senderek et al., 2019)

2.6.1 Strategie entwickeln

Nutzenhypothesen formulieren:

- Zielsetzung von Next2You: Förderung lokaler Nachbarschaftshilfe und sozialer Interaktion
- Kundennutzen und strategischer Wettbewerbsvorteil: Schaffung von Vertrauen und sozialer Bindung

User Story entwickeln:

- Personas: Paul (Anbietend), Eveline (Suchend) etc., um die Bedürfnisse und Anforderungen verschiedener Nutzergruppen zu beschreiben
- Customer Journey und Touchpoints: Darstellung typischer Nutzungsabläufe

Ökosystem analysieren:

- Marktpositionierung: Analyse von Wettbewerbern wie nebenan.de und Nextdoor
- Five-Forces-Analyse: Untersuchung von Marktkräften und Chancen

2.6.2 Prototypen realisieren

Kernfunktionalitäten bestimmen:

- Matching-Mechanismus (NLP & KI): KI-basierte Vermittlung von Angeboten und Gesuchen
- Interaktionsmöglichkeiten & User Interface: Responsives Design und intuitive Bedienung

Funktionalitäten entwickeln:

- Aufbau der Plattformmodule: Communities/Accounts, Datenschutz, Angebotserstellung
- Technische Infrastruktur mit Cloud-Systemen und KI-Modellen

Funktionalitäten mit dem Kunden testen:

- Feedback durch Customer Journey und Bewertungssysteme

- Identifikation von Schwachstellen im Service Blueprint

2.6.3 Märkte erschliessen

Markteinführungsstrategie entwickeln:

- Kombination aus Online- und Offline-Marketing
- Pilotprojekte in Quartieren, um Nutzerbasis aufzubauen

Ressourcen aufbauen:

- Aufbau eines Community-Management-Teams zur Unterstützung
- Partnerschaften mit lokalen Institutionen oder Geschäften

Business Case entwickeln:

- Monetarisierungsmodelle: Premium-Services oder Vermittlungsgebühren
- Skalierungsstrategien und kulturelle Anpassungen für die Internationalisierung

In der Phase der Strategieentwicklung werden Nutzenhypothesen formuliert, indem die Plattform auf die Bedürfnisse lokaler Gemeinschaften ausgerichtet wird, um Nachbarschaftshilfe und soziale Bindungen zu fördern. Personas und Customer Journeys helfen, die Anforderungen verschiedener Nutzergruppen zu verstehen, während Marktanalysen wie die Five-Forces-Analyse Wettbewerber und Marktkräfte beleuchten.

Im nächsten Schritt, der Prototypenrealisierung, werden Kernfunktionalitäten wie der KI-gestützte Matching-Mechanismus, eine intuitive Benutzeroberfläche und die Plattformarchitektur mit Fokus auf Datenschutz definiert. Funktionalitäten werden entwickelt und in Feedbackschleifen mit Nutzern getestet, wobei der Service Blueprint als Werkzeug zur Optimierung von Prozessen dient.

Schliesslich werden in der Phase der Markterschliessung Strategien für die Einführung der Plattform erarbeitet, Pilotprojekte gestartet und Marketingmassnahmen entwickelt, um eine kritische Masse an Nutzern zu erreichen. Partnerschaften mit lokalen Institutionen und ein nachhaltiger Business Case mit Premium-Services und Skalierungsstrategien unterstreichen die Marktfähigkeit. Dieser iterative Ansatz stellt sicher, dass Next2You sowohl technisch als auch strategisch auf die Bedürfnisse seiner Zielgruppen abgestimmt ist. (Senderek et al., 2019)

2.7. Five-Forces-Analyse

Um die Marktpositionierung von Next2You weiter zu schärfen, bietet sich auch ein Blick auf das Five-Forces-Modell von Michael E. Porter an. Dieses Modell betrachtet die Attraktivität einer Branche anhand von fünf zentralen Wettbewerbskräften: Lieferanten, Kunden, neue Marktteilnehmende, Substitute und Rivalität unter bestehenden Wettbewerbern. Für Next2You als Plattform für lokale Hilfs- und Unterstützungsleistungen im unmittelbaren Wohnumfeld gelten folgende Einschätzungen: (Grote, 2024)

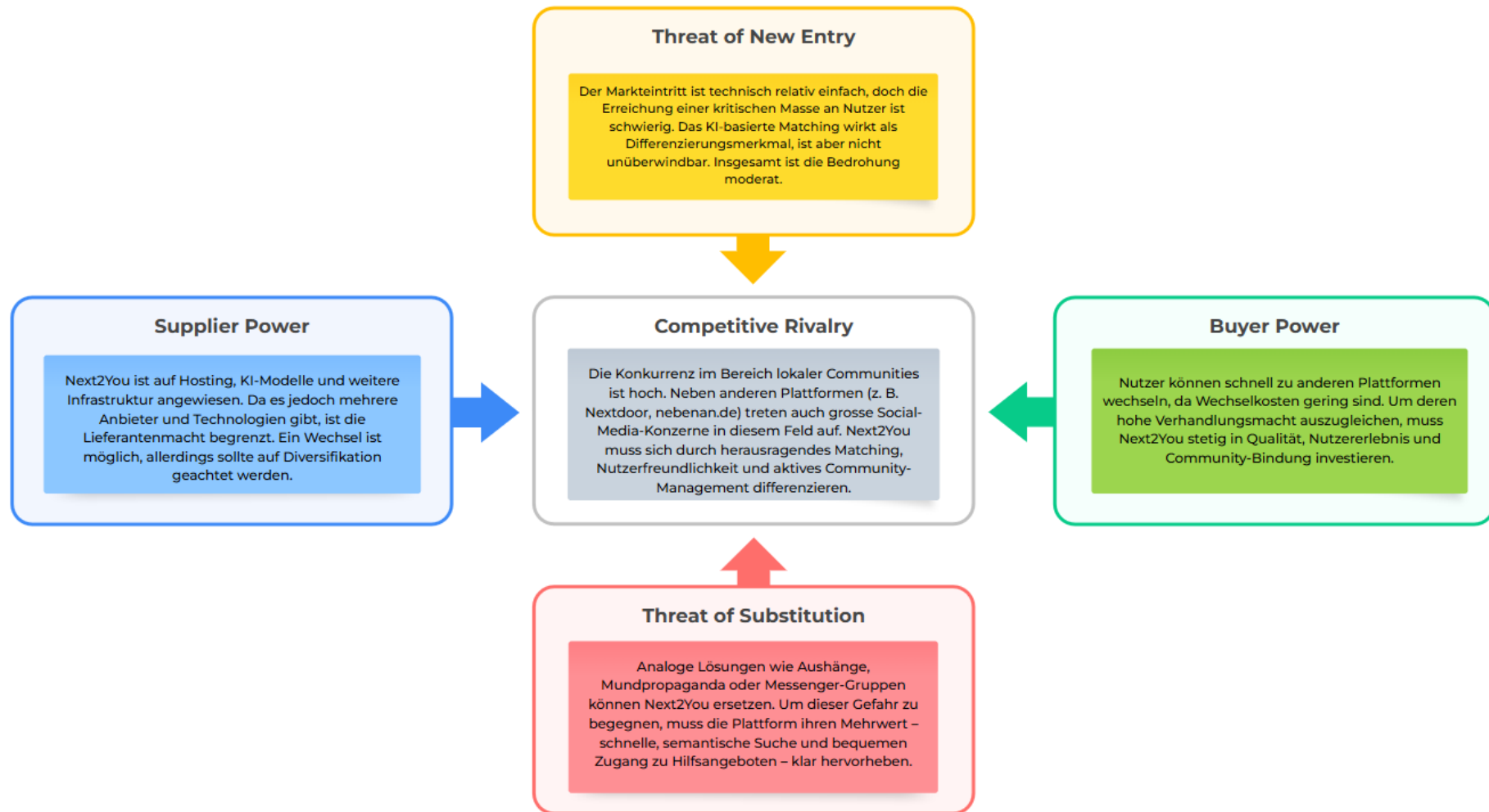


Abbildung 6 Porter five forces

Bedrohung durch neue Marktteilnehmende

Die Eintrittsbarrieren für digitale Plattformen sind relativ gering: Mit technischen Standardlösungen (Web-Frameworks, Cloud-Infrastruktur) lassen sich neue Plattformen zügig aufbauen. Dennoch ist das Erreichen einer kritischen Nutzungsmasse in lokalen Märkten herausfordernd, da ohne ausreichende Angebote und Nutzern kein Wert entsteht. Next2You verfügt durch das KI-basierte Matching über ein differenzierendes Merkmal, das nicht trivial zu kopieren ist. Dies erhöht die Markteintrittsbarriere etwas, da neue Marktteilnehmende erst eine vergleichbar leistungsfähige Technologie entwickeln oder lizenzieren müssten. Dennoch bleibt die Bedrohung moderat, da grosse Tech-Unternehmen oder etablierte Social-Media-Plattformen die Ressourcen besitzen, in kurzer Zeit eine ähnliche Funktionalität zu integrieren.

Verhandlungsmacht der Lieferanten

Im Fall von Next2You sind „Lieferanten“ schwer zu definieren, da die Plattform selbst primär auf freie Angebote von Anbietenden (Nutzern) setzt. Die eigentlichen Wertbeiträge, also Hilfsangebote, entstehen durch die Community. Man könnte externe Dienstleister (z. B. für KI-Modelle, Cloud-Hosting, Payment Provider) als Lieferanten ansehen. Deren Verhandlungsmacht ist relativ hoch, da Next2You auf verlässliche Infrastrukturen und KI-Werkzeuge angewiesen ist. Wechselkosten sind nicht übermässig hoch, doch starke Abhängigkeiten von einzelnen Cloud-Anbietern oder API-Lieferanten können entstehen. Durch den Wettbewerb unter den Technologieanbietern (AWS, Google Cloud, Microsoft Azure, verschiedene Open-Source-KI-Modelle) bleibt die Macht der Lieferanten für Next2You moderat. Die Plattform kann zwischen verschiedenen Technologiepartnern wechseln, sollte aber strategisch sicherstellen, keine zu hohe Abhängigkeit von einem einzelnen Anbieter zu entwickeln.

Verhandlungsmacht der Kunden (Nutzer)

Da Next2You ein zweiseitiger Marktplatz ist, sind beide Nutzergruppen – Anbietende und Suchende – von grosser Bedeutung. Die Verhandlungsmacht der „Kunden“ (hier Nutzer) ergibt sich daraus, wie leicht sie zur Konkurrenz abwandern können. Da es neben Next2You auch andere lokale Netzwerke gibt (Nextdoor, Facebook-Gruppen), können Nutzerinnen schnell wechseln, wenn der Nutzen nicht stimmt. Die Kosten für einen Wechsel sind minimal: Ein neues Profil auf einer anderen Plattform ist schnell erstellt. Daher ist die Verhandlungsmacht der Kunden hoch. Nutzer fordern Benutzerfreundlichkeit, Datenschutz, schnelle Ergebnisse und Mehrwert. Um diese Macht zu balancieren, muss Next2You kontinuierlich in Qualität, Funktionen und Nutzererlebnis investieren, um die Kundenbindung zu erhöhen und Switching Costs (z. B. durch auf der Plattform entstandene Reputation, Beziehungen oder übertragbare Bewertungen) indirekt zu erzeugen.

Bedrohung durch Substitute

Substitute für Next2You könnten traditionelle Aushänge im Hausflur, Nachbarschaftstreffen oder direkte Kommunikation über Messenger-Gruppen sein. Auch bestehende Online-Communities ohne KI-Matching aber mit aktivem Moderationspersonal, können als Substitutionsangebote gelten. Der Vorteil von Next2You liegt in der KI-gestützten, intelligenten Suche, die in alternativen Kanälen nicht vorhanden ist. Dennoch ist die grundsätzliche Dienstleistung – Nachbarschaftshilfe – auch ohne Next2You möglich. Die Bedrohung durch Substitute ist daher nicht zu unterschätzen: Gerade Personen, die Technik skeptisch gegenüberstehen, greifen vielleicht lieber auf analoge Formen zurück. Um dieser

Substitutionsgefahr zu begegnen, sollte Next2You den Mehrwert klar kommunizieren: niedrigere Suchkosten, höhere Effizienz, schnelleres Finden passender Hilfeleistungen.

Rivalität unter bestehenden Wettbewerbern

Die Rivalität im Bereich lokaler Online-Communities nimmt zu. Neben nebenan.de, Nextdoor oder Facebooks lokalen Gruppen gibt es weitere spezialisierte Lösungen. Viele sind jedoch nicht auf KI-basiertes Matching ausgelegt, sondern eher Kommunikationsforen. Diese Rivalen bieten teils grosse Communities, aber weniger zielgerichtetes Matching. Die Rivalität ist hoch, weil Nutzer leicht wechseln können und der Netzwerkeffekt entscheidend ist. Wer die grösste Community mit den meisten Angeboten hat, bietet den grössten Nutzen. Next2You muss sich also durch klare Alleinstellungsmerkmale wie die KI-basierte Suche, eine herausragende Nutzererfahrung und starke Community-Management-Strategien differenzieren.

2.8. Fazit der Five-Forces-Analyse:

Insgesamt zeigt die Five-Forces-Analyse, dass die Branche dynamisch und nicht leicht zu kontrollieren ist. Um langfristig erfolgreich zu sein, muss Next2You seine Alleinstellungsmerkmale (KI-basiertes Matching, Niederschwelligkeit, lokal fokussierte Wertschöpfung) klar ausspielen, kontinuierlich in Qualität investieren und durch Kooperationen sowie Community-Engagement stabile Nutzernetzwerke aufbauen. Die Anpassungsfähigkeit an sich verändernde Marktbedingungen ist ein Schlüsselfaktor, um in einem Umfeld mit hoher Kundenmacht und intensiver Rivalität zu bestehen. (Grote, 2024)

3. Kunden

In diesem Kapitel werden die Personas von Next2You vorgestellt. Personas helfen dabei, die heterogene Nutzerlandschaft von Next2You greifbar zu machen. Wir unterscheiden dabei zwischen Anbietenden und Suchenden, wobei viele Nutzer auch beide Rollen einnehmen können. Ausserdem wird mit einer Empathy Map und einer Customer Journey das Nutzer Erlebnis noch deutlicher dargestellt.

3.1. Personas



Paul (Anbietend):

Alter: 34

Beruf: Hauswart

Ist Technikaffin und möchte sich in seiner Nachbarschaft engagieren. Er bietet handwerkliche Hilfe an, um Leute kennenzulernen.

Abbildung 7 Persona Paul



Abbildung 8 Persona Hannah

Hannah (Anbietend):

Alter: 40

Beruf: Physiotherapeutin

Nutzt Next2You, um neue Kunden für Hausbesuche zu gewinnen. Sie schätzt den lokalen Bezug und die geringe Anfahrtszeit.



Abbildung 9 Persona Eveline

Eveline (Suchend):

Alter: 65

Beruf: Rentnerin

Nicht besonders internetaffin, sucht einfache Hilfe für Haushaltstätigkeiten. Sie schätzt eine intuitive Oberfläche, klare Kommunikation und Verlässlichkeit.



Abbildung 10 Persona Erwin

Erwin (Suchend):

Alter: 15

Beruf: Schüler

Braucht Nachhilfe in Mathe. Er hat wenig Geduld, will schnell Ergebnisse sehen und freut sich, wenn er unkompliziert jemanden findet, der helfen kann.

3.1.1. Nutzer-Personas (Anbietende)

Anbietende profitieren von Next2You, indem sie ihre Expertise nutzen, um ihre Nachbarschaft zu bereichern und zugleich soziale Kontakte zu knüpfen. Für sie ist die Plattform ein Weg, einen sinnstiftenden Beitrag zu leisten, vielleicht sogar neue Freundschaften zu schliessen oder ihr Netzwerk zu erweitern. Im Falle von Dienstleistern wie Hannah kann Next2You auch ein Marketingkanal sein, um neue Kunden im Quartier zu gewinnen.

3.1.2. Nutzer-Personas (Suchende)

Suchende wollen vor allem schnelle, unkomplizierte Lösungen. Eveline etwa möchte keine komplizierten Formulare ausfüllen, sondern einfach „Wer kann mir beim Einkauf helfen?“ eingeben und zuverlässige Antworten bekommen. Für Erwin ist wichtig, sofort passende Nachhilfeangebote zu finden, ohne lange zu suchen. Beide schätzen den lokalen Kontext: Die Hilfe kommt von Menschen, die um die Ecke wohnen und unmittelbar helfen können, ohne lange Fahrzeiten.

3.2. Empathy-Map

Empathy-Map von Paul (Anbietend)

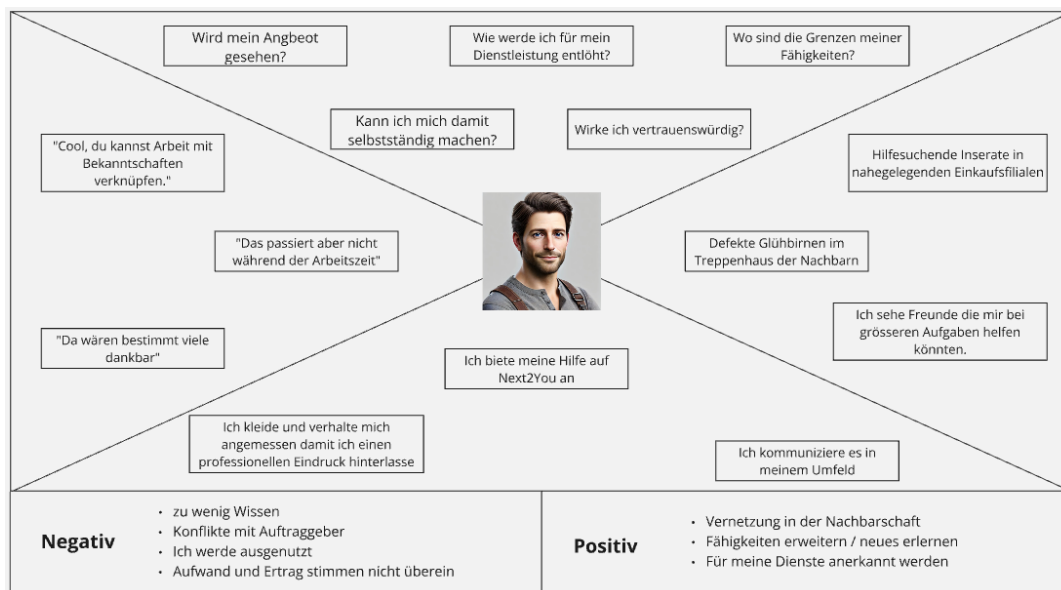


Abbildung 11 Empathy-Map Paul (Bernecker, 2024)

Empathy-Map von Erwin (suchend)

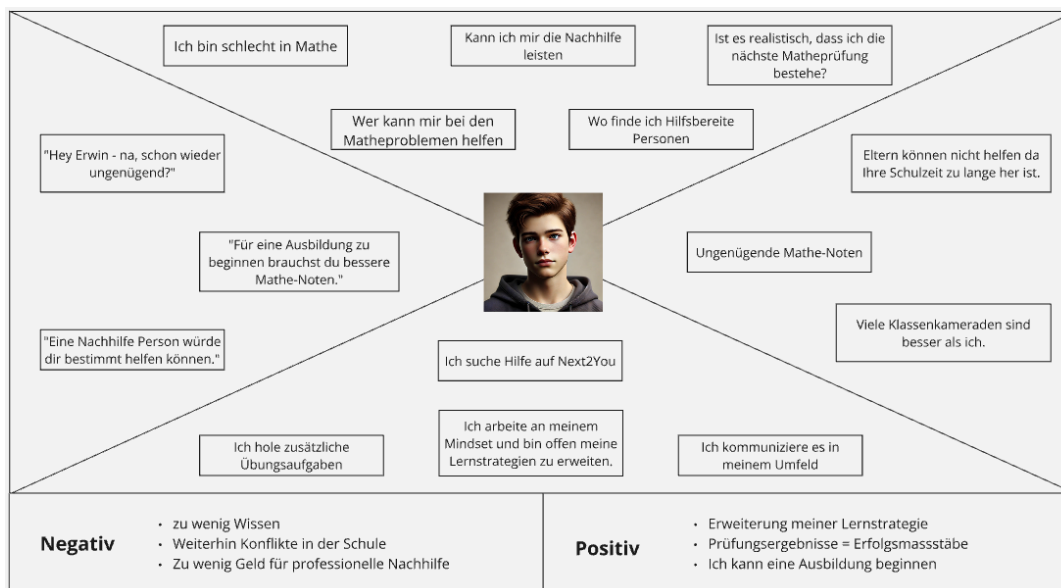


Abbildung 12 Empathy-Map Erwin (Bernecker, 2024)

3.3. Customer Journey und Touchpoints

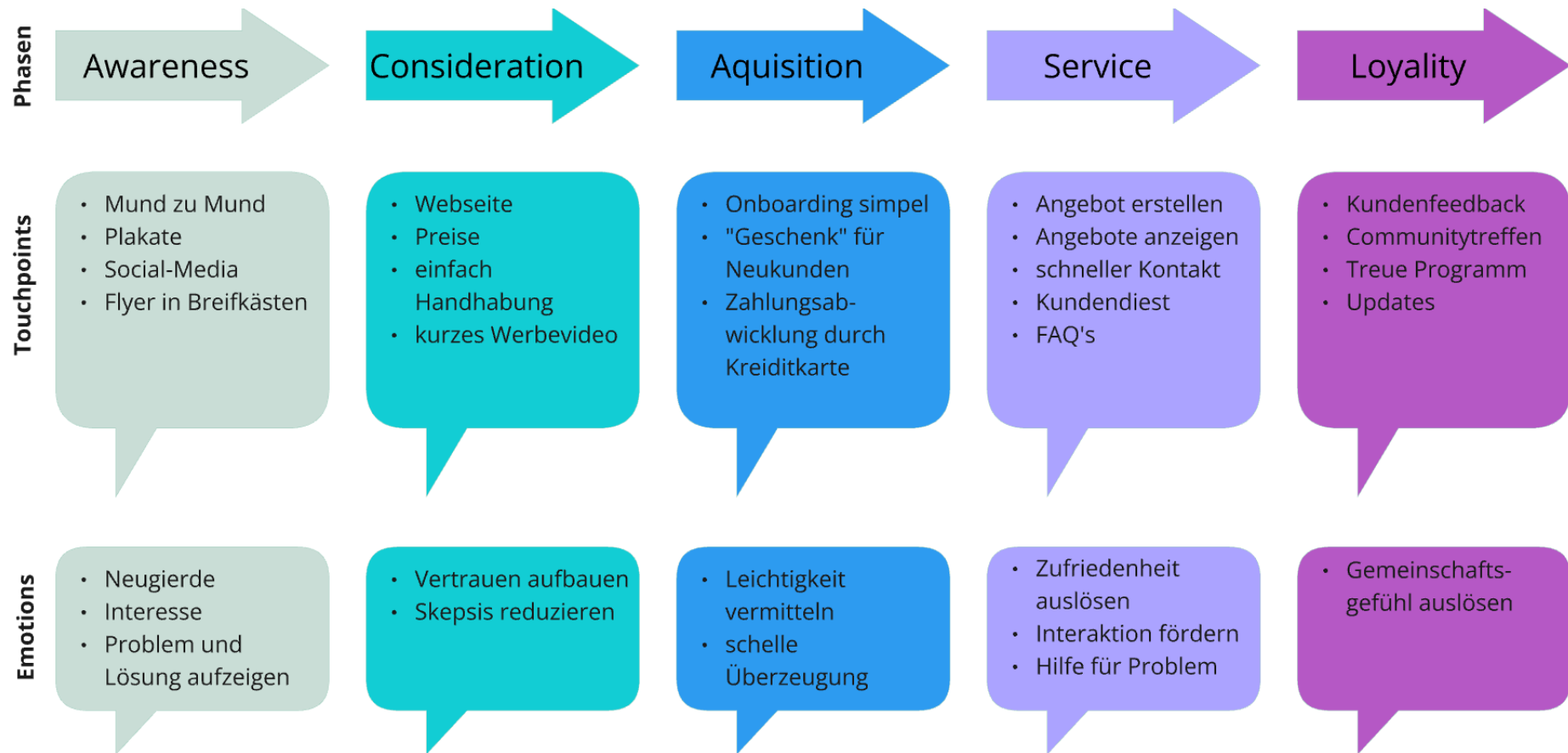


Abbildung 13 Customer Journey und Touchpoints (gruenderplattform, 2024)

4. Leistungsdimensionen

4.1. Leistungspotenzial des Anbieters

Als Anbieter der Plattform hat Next2You die interne Verantwortung, die technischen und organisatorischen Voraussetzungen für den reibungslosen Betrieb zu schaffen. Dazu gehören:

- **Technische Infrastruktur:** Cloud-basierte Server und Datenbanken, um Skalierbarkeit sicherzustellen.
- **KI-Expertise:** Ein Team von Entwicklern und Data Scientists, welches die Modelle trainiert, evaluiert und optimiert. Regelmässige Updates halten das Matching auf dem neuesten Stand.
- **UX- und UI-Design-Kompetenz:** Experten, die für ein ansprechendes und inklusives Design sorgen, barrierefreundliche Zugänge ermöglichen und die Benutzerfreundlichkeit kontinuierlich verbessern.
- **Marketing und Community-Management:** Fachleute, die dafür sorgen, dass Next2You in relevanten Kanälen bekannt wird und die aktiv mit den Nutzern interagieren, um Feedback einzuholen.

4.2. Leistungspotenzial der Nachfragenden

Die Nachfragenden (Nutzer) bringen ihre Bedürfnisse, ihre sozialen Kompetenzen und ihr Vertrauen in die Plattform ein. Dadurch entsteht eine Co-Creation-Situation: Ohne Angebote, die von Anbietenden erstellt werden, ist die Plattform wertlos und ohne Nachfragende, die diese Angebote nutzen, ebenso. Beide Seiten tragen zur Wertschöpfung bei, indem sie aktiv teilnehmen und Feedback geben.

Dieses Zusammenspiel externen Inputs (Nutzeranfragen, Angebote, Bewertungen) mit internen Ressourcen (Technologie, Support) ist charakteristisch für digitale Dienstleistungsplattformen. Die Nutzer sind nicht bloss Konsumenten, sondern Mitgestaltende des Angebots.

4.3. Leistungserstellungsprozess

Der Leistungserstellungsprozess lässt sich als dynamisches Zusammenspiel verstehen. Während klassische Unternehmen Produkte fertigen, kommt der Wert bei Next2You erst durch die Interaktion zustande. Das Matching-System generiert Vorschläge, die durch menschliche Aktionen (Kontaktaufnahme, Terminvereinbarung) in tatsächliche Hilfeleistungen übersetzt werden. Hier wird deutlich, dass IT-Systeme und Menschen Hand in Hand arbeiten, um ein nahtloses Erlebnis zu schaffen.

4.4. Leistungsergebnis

Das finale Ergebnis ist die erfolgreich vermittelte Dienstleistung: Eveline bekommt Unterstützung beim Pflanzen gießen, Erwin findet Nachhilfe, Hannah gewinnt eine neue Kundin. Diese Erfolge bleiben in der Regel nicht auf Einzelinteraktionen beschränkt. Mit der Zeit entsteht ein Netzwerk vertrauensvoller Beziehungen im Wohnumfeld, welches die Lebensqualität aller Beteiligten verbessert. Diese sozio-emotionale Komponente ist Teil des Leistungsergebnisses und schwer in klassischen Kennzahlen zu messen. Dennoch ist sie der Kern des Mehrwerts von Next2You.

4.5. Leistungsdimensionen als Diagramm

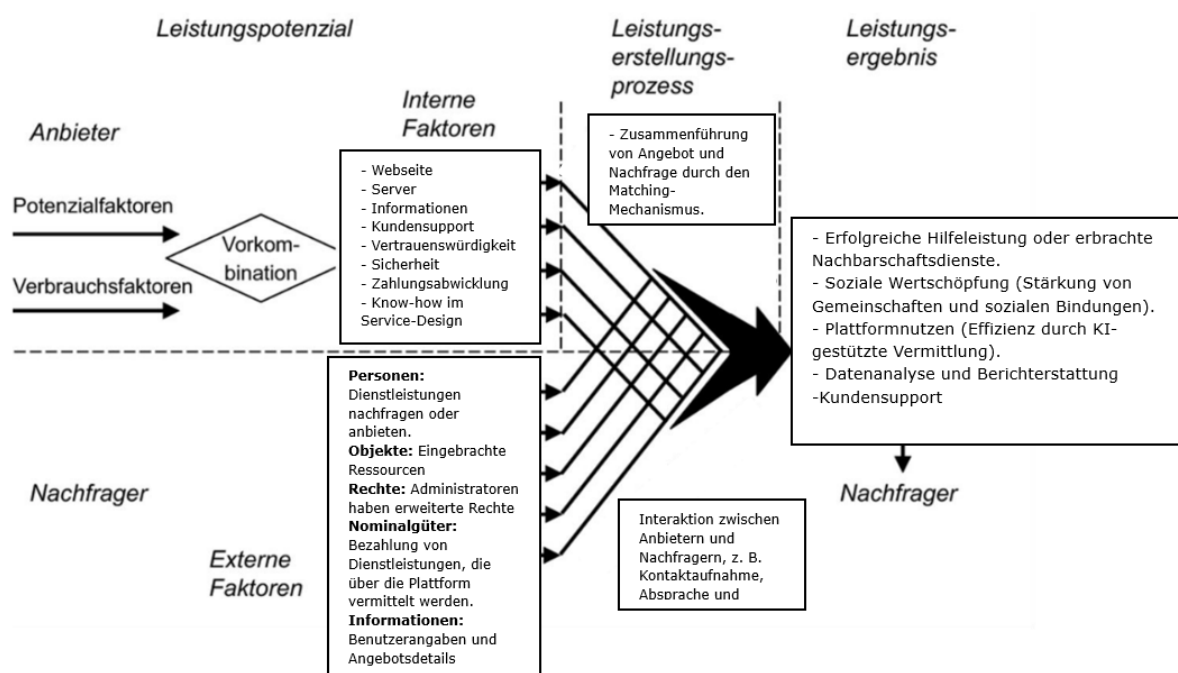


Abbildung 14 Leistungsdimensionen

5. Dienstleistungsprozess

5.1. Aufbau des Service Blueprints

Ein Service Blueprint hilft, den komplexen Prozess von Next2You zu visualisieren. Er zeigt auf verschiedenen Ebenen, wie Nutzer (Frontstage) mit der Plattform interagieren, welche Backstage-Prozesse im Hintergrund ablaufen und welche Supportstrukturen nötig sind.

Typische Ebenen sind:

- **Physische Beweise:** Die sichtbare Weboberfläche, E-Mails, Push-Benachrichtigungen.
- **User Actions:** Suche nach Angeboten, Erstellen eines Angebots, Kontaktaufnahme.
- **Frontstage Interaktionen:** Anzeigen von Angeboten auf dem Bildschirm, Live-Chat.
- **Backstage Interaktionen:** Matching-Algorithmus, Datenbankabfragen, Serverwartung.
- **Support-Prozesse:** Moderation, Kundenservice, Weiterentwicklung des Modells.

5.2. Beispiele für Frontstage, Backstage und Supportprozesse

- **Frontstage:** Eveline klickt auf „Suche“, gibt ihre Anfrage ein, sieht Angebote.
- **Backstage:** Das NLP-Modell berechnet die Ähnlichkeit zwischen Anfrage und Angeboten, ruft diese aus der Datenbank ab, sortiert sie nach Relevanz.
- **Supportprozesse:** Ein Moderator überprüft gemeldete Angebote, das Entwicklerteam spielt ein Update ein, um die Performance zu verbessern

5.3. Identifikation von Verbesserungsmöglichkeiten

Der nachfolgende Service Blueprint zeigt auch Lücken oder Engpässe. Beispielsweise könnte sich zeigen, dass der Matching-Algorithmus bei bestimmten Anfragetypen weniger präzise ist. Dies lässt sich durch ergänzende Trainingsdaten oder verbesserte Modelle beheben. Auch kann erkennbar werden, dass der Kontaktprozess umständlich ist (zu viele Klicks, unklare Buttons), was durch Interface-Optimierungen gelöst werden kann.

5.4. Kontinuierliche Verbesserung

Qualität ist kein statischer Zustand, sondern ein kontinuierlicher Prozess. Next2You kann regelmässige Nutzerbefragungen durchführen, Nutzungsstatistiken auswerten, A/B-Tests für neue Features einführen und auf dieser Basis Verbesserungen vornehmen. KPI wie Match-Genauigkeit, durchschnittliche Antwortzeiten auf Anfragen, oder die Anzahl erfolgreich vermittelter Angebote helfen, den Fortschritt zu messen.

5.5. Service Blueprint

Physikalischer Beweis	Webseite	Account zwang	Service	Service anfragen	Push-Nachricht für den Service	Bewertung
Nutzer Aktionen	Webseite besuchen	Account erstellen	Service aufrufen	Service auswählen und anfragen	Erhält eine Pushnachricht wenn der Anbieter den Service freigibt	Nutzer bewertet den Service
Frontstage Interaktionen	Einfache Webseite	Aufforderung zur Anmeldung	Services anzeigen	Anfragenbestätigung anzeigen	Push-Nachricht anzeigen	Bewertungs-raster anzeigen
Backstage Interaktionen	Webseiten Server	Authentifizierung der Person	Kontrolle der Service-Daten	Anfrage Weiterleiten an den Anbieter	Daten-Kontrolle und Zahlungsabwicklung	Bewertung an Anbieter weiterleiten
Support Prozesse	Webseiten Programmierung	Kundensupport	Serviceverfügbarkeit gewährleisten	Statusüberwachung	Systemüberwachung	Archivieren

Abbildung 15 Service Blueprint (Brandt, 2024)

6. Strategische Analysen

6.1. SWOT-Analyse

Interne Analyse	Stärken	Schwächen
	KI-basiertes Matching, welches natürliche Sprache versteht und dadurch eine hohe Relevanz bei der Suche nach Hilfsangeboten bietet	Hohe Nutzeranzahl erforderlich: Ohne ausreichende Anzahl an Nutzer und Angeboten verliert die Plattform an Wert
	Lokale Fokussierung, wodurch Nutzer*innen unmittelbar relevante Angebote erhalten	Anfangs begrenztes Angebotsspektrum, wodurch Suchanfragen möglicherweise unbefriedigt bleiben
	Niederschwellige Bedienung ohne umfangreiche technische Kenntnisse	Datenschutz- und Sicherheitsbedenken könnten Nutzer abschrecken
	Potenzial zur Bildung nachhaltiger, sozialer Beziehungen in der Nachbarschaft	Fehlen eines klaren Monetarisierungsmodells in der Einführungsphase
Externe Analyse	Chancen	Risiken
	Gesellschaftlicher Trend zu mehr lokalem Zusammenhalt, Nachhaltigkeit und sozialem Engagement	Starker Wettbewerb: Etablierte Plattformen wie Nextdoor oder Facebook-Gruppen könnten ähnliche Funktionen implementieren
	Technische Weiterentwicklung im Bereich NLP und KI, die das Matching noch präziser machen	Substitute (analoge Lösungen wie Aushänge oder Messenger-Gruppen) untergraben den digitalen Mehrwert
	Kooperationen mit Wohnungsbaugesellschaften, Stadtzentren, NGOs und lokalen Geschäften	Wirtschaftliche oder soziale Veränderungen (z.B. stark schwankende Nutzerbedürfnisse) erschweren die stabile Nutzerbasis
	Internationale Skalierung, Anpassung an verschiedene Kultur- und Sprachräume	Datenschutzskandale oder negative Presse könnten Vertrauen nachhaltig schädigen

Abbildung 16 SWOT-Analyse

6.2. SWOT-Matrix

SWOT		Interne Analyse	
		Stärken	Schwächen
Externe Analyse	Chancen	SO-Strategie 1. Ausbau des Alleinstellungsmerkmals "KI-basiertes Matching" 2. Gezielte Kooperationen mit lokalen Partnern	WO-Strategie 3. Steigerung der Nutzerzahlen durch Marketing und Onboarding-Programme 4. Datenschutz und Sicherheit stärken, um Attraktivität zu erhöhen
	Risiken	ST-Strategie 5. Qualitätsführerschaft, um sich im Wettbewerb abzuheben 6. Vertrauensaufbau, um Datenschutz- und Substitutionsrisiken zu mindern	WT-Strategie 7. Entwicklung eines Monetarisierungsmodells, um unabhängig von Nutzerfluktuation zu sein 8. Proaktive Kommunikationspolitik gegen Substitutions- und Wettbewerbsrisiken

Abbildung 17 SWOT-Matrix

6.3. SWOT-Strategien

SO-Strategie:

1. Ausbau des Alleinstellungsmerkmals "KI-basiertes Matching": Next2You kann seine Technologie weiter verfeinern, um noch präzisere und schnellere Suchergebnisse zu liefern. Dies nutzt sowohl die interne Stärke der NLP-Expertise als auch die Chance neuer technologischer Fortschritte.
2. Gezielte Kooperationen mit lokalen Partnern: Mit der lokalen Ausrichtung als Stärke kann Next2You eng mit Stadtteilvereinen, Nachbarschaftsinitiativen oder Handwerksbetrieben zusammenarbeiten, um die Plattform als vertrauenswürdigen, nachhaltigen Lokaldienst zu etablieren.

WO-Strategie:

3. Steigerung der Benutzeranzahl durch Marketing und Onboarding-Programme: Um die Schwäche der nötigen Anfangsdichte zu überwinden, kann Next2You gezieltes Community-Building betreiben. Gewinnspiele, Willkommenspakete, Einführungsworkshops oder Empfehlungen durch lokale Promotoren helfen, rasch viele Nutzer anzuziehen und so die Chance auf breitere Nutzung zu ergreifen.
4. Datenschutz und Sicherheit stärken um Attraktivität zu erhöhen: Eine klare, transparente Datenschutz-Policy, regelmässige Sicherheitsaudits und Kommunikationsmassnahmen können bestehende Bedenken abbauen. Damit wird die Schwäche in diesem Bereich reduziert und gleichzeitig die Chance auf Vertrauen und Reputation ausgenutzt.

ST-Strategie:

5. Qualitätsführerschaft, um sich im Wettbewerb abzuheben: Das KI-gestützte Matching kann als Stärke genutzt werden, um den etablierten Wettbewerbern einen Schritt voraus zu sein. Durch kontinuierliche Verbesserungen der Suchalgorithmen, schnelle Updates und überzeugende User Experience können konkurrierende Plattformen, die ähnliche Features nachrüsten, in Schach gehalten werden.
6. Vertrauensaufbau, um Datenschutz- und Substitutionsrisiken zu mindern: Indem Next2You seine lokal fokussierte Community-Bindung nutzt (z. B. durch verifizierte Adressen, lokale Events oder moderierte Qualitätskontrollen), lässt sich das Risiko negativer Presse und Vertrauensverluste reduzieren. Diese sozialen Vertrauenssignale helfen, Nutzer von digitalen gegenüber analogen Alternativen zu überzeugen.

WT-Strategie:

7. Entwicklung eines Monetarisierungsmodells, um unabhängiger von Nutzerfluktuationen zu werden: Indem Next2You ein nachhaltiges Geschäftsmodell entwickelt (z. B. Premium-Dienste, gewerbliche Angebote, Spendenmodelle), kann es die Schwäche der fehlenden Monetarisierung reduzieren. Dadurch entsteht mehr Stabilität gegenüber wirtschaftlichen Schwankungen und Nutzerabwanderungen.
8. Proaktive Kommunikationspolitik gegen Substitut- und Wettbewerbsrisiken: Das Unternehmen kann seine interne Unsicherheit (Anfangs geringe Nutzerzahl, Datenschutzbedenken) verringern, indem es frühzeitig über Sicherheitsmassnahmen, Erfolge in Pilotquartieren und Testimonials berichtet. Dadurch erhöht es die Glaubwürdigkeit und macht externe Risiken, wie Substitute oder Nachahmer, weniger bedrohlich.

6.4. Fazit Strategien

Die SWOT-Analyse und die darauf aufbauenden Strategien zeigen, dass Next2You seine KI-Technologie und lokale Ausrichtung nutzen sollte, um sich im wachsenden Markt lokaler Communities zu differenzieren (SO-Strategien). Indem Schwächen wie die Notwendigkeit einer kritischen Masse und Bedenken zum Datenschutz proaktiv adressiert werden (WO-Strategien), kann die Plattform von günstigen Umfeldbedingungen profitieren. Gleichzeitig helfen die Stärken, sich gegen Wettbewerbsdruck und Substitute zu behaupten (ST-Strategien). Durch interne Professionalität, ein klares Monetarisierungsmodell und gezielte Kommunikation lassen sich externe Risiken langfristig minimieren (WT-Strategien).

Insgesamt bietet dieses strategische Vorgehen einen Fahrplan, um Next2You nachhaltig im Markt zu verankern, Nutzern langfristig zu binden und auf zukünftige Herausforderungen vorbereitet zu sein. (*SWOT-Analyse einfach erklärt*, 2024)

7. Monetarisierung, Skalierbarkeit und Ökosystem

7.1. Optionale Geschäftsmodelle und Premium-Services

Kurzfristig ist Next2You kostenfrei. Mittelfristig können jedoch Monetarisierungsmodelle entwickelt werden, etwa Premium-Profil für Anbieter (z. B. gewerbliche Dienstleister), bezahlte Hervorhebungen von Angeboten oder spezielle Zusatzfunktionen (z. B. Terminverwaltung, Versicherungen für bestimmte Hilfsleistungen).

Ein weiteres Geschäftsmodell könnten Vermittlungsgebühren für professionelle Services sein. Allerdings muss darauf geachtet werden, dass das ursprüngliche Niederschwelligkeits- und Gemeinwohl-Versprechen nicht verwässert wird.

7.2. Kooperationen mit lokalen Partnern

Zusätzlichen Wert schöpft Next2You, indem es sich in lokale Ökosysteme einbindet. Kooperationen mit Stadtverwaltungen, die Next2You als offiziellen Quartiersservice empfehlen, sind denkbar. Ebenso könnte man mit Einzelhändlern oder Handwerksbetrieben zusammenarbeiten: Diese könnten ihre Dienste auf Next2You anbieten, während Nutzer lokal einkaufen. Dies stärkt den lokalen Handel und macht die Plattform attraktiver.

Kooperationen mit Non-Profit-Organisationen oder Seniorentreffs können helfen, bislang ausgeschlossene Gruppen zu erreichen und die soziale Dimension von Next2You weiter zu stärken.

7.3. Skalierung und, Internationalisierung

Die Grundidee von Next2You ist universell, muss aber an kulturelle und rechtliche Rahmenbedingungen angepasst werden. In einigen Ländern sind Nachbarschaftshilfen etabliert und brauchen wenig Anreiz, während in anderen Kulturen misstrauische Einstellungen gegenüber Fremden in der Nachbarschaft bestehen.

Eine Internationalisierung erfordert nicht nur sprachliche Anpassungen, sondern auch die Berücksichtigung unterschiedlicher Wohnstrukturen (z. B. Hochhaussiedlungen in Asien, Vorstadtquartiere in den USA). Eine flexible Backend-Architektur und modulare Software-Designprinzipien erleichtern diese kulturelle Skalierung.

8. Fazit

Next2You ist mehr als eine weitere Online-Plattform. Es ist ein Ansatz, lokale Gemeinschaften zu stärken, Einsamkeit entgegenzuwirken und Alltagsprobleme auf niedrigschwellige, technik-gestützte Weise zu lösen. Die Arbeit hat gezeigt, dass durch die Verbindung von KI-basiertem Matching, benutzerfreundlicher Oberfläche, lokaler Fokussierung und sozialer Wertschöpfung ein neuartiges digitales Serviceangebot entsteht.

Der Einsatz moderner NLP-Modelle und die strategische Einbettung in lokale Ökosysteme zeichnen Next2You aus. Die Herausforderungen liegen in der Erlangung einer kritischen Masse, im Umgang mit Datenschutz und im ständigen Qualitätsmanagement. Doch die Chancen sind gross: Angesichts gesellschaftlicher Trends hin zu mehr sozialem Zusammenhalt kann Next2You zu einem wichtigen Baustein moderner Stadtgesellschaften werden.

9. Ausblick

Der Ausblick richtet sich auf mögliche Weiterentwicklungen: Künftig könnten persönliche Assistenten (Chatbots) integriert werden, die den Nutzern aktiv Vorschläge machen, wenn sie etwa Veränderungen im Profil erkennen (z. B. Umzug in ein anderes Quartier). VR- oder AR-Technologien könnten Angebote in einer interaktiven Kartenansicht anzeigen. Auch Gamification-Elemente (Badges für besonders aktive Helferinnen, Quartiers-Events für engagierte Communities) sind denkbar, um die Interaktion weiter zu beleben.

Langfristig könnte Next2You ein Standardtool für Wohnungsbauunternehmen werden, die ihren Mietern einen Mehrwert bieten. Gleichzeitig ist es möglich, dass andere Plattformen ähnliche Funktionen entwickeln, was den Wettbewerb anheizt. Dann gilt es, durch kontinuierliche Innovation, transparente Kommunikation und nachweisliche Erfolge in den Communities relevant zu bleiben.

10. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Prototyp Grunddarstellungen (Moqups, 2024)	7
Abbildung 2 Prototyp Personenverknüpfung (Moqups, 2024).....	7
Abbildung 3 QR-Code Prototyp App	8
Abbildung 4 Marktpositionierung Next2You	10
Abbildung 5 Smart Service Engineering (Senderek et al., 2019)	11
Abbildung 6 Porter five forces	13
Abbildung 7 Persona Paul.....	15
Abbildung 8 Persona Hannah	16
Abbildung 9 Persona Eveline.....	16
Abbildung 10 Persona Erwin	16
Abbildung 11 Empathy-Map Paul (Bernecker, 2024)	17
Abbildung 12 Empathy-Map Erwin (Bernecker, 2024).....	17
Abbildung 13 Customer Journey und Touchpoints (gruenderplattform, 2024)	18
Abbildung 14 Leistungsdimensionen.....	20
Abbildung 15 Service Blueprint (Brandt, 2024)	22
Abbildung 16 SWOT-Analyse	23
Abbildung 17 SWOT-Matrix	24

11. Quellenverzeichnis

- Bernecker, P. D. M. (2024, Dezember 2). Die Empathy Map. *DIM-Marketingblog* +
Marketingnews + *Tipps & Tricks* + *Marketing-Tools* + Jetzt zum Marketing-Blog! -
DIM-Marketingblog. <https://www.marketinginstitut.biz/blog/empathy-map/>
- Brandt, M. (2024, Dezember 12). Service Blueprint: Was ist das und wie funktioniert die
Automatisierung? *KMU Digitalisierung*. <https://kmu-digitalisierung.agency/service-blueprint/>
- Grote, S. (2024, Dezember 6). *Branchenstrukturanalyse mit Porter's Five Forces*. Meltwater.
<https://www.meltwater.com/de/blog/branchenstrukturanalyse-porters-five-forces>
- gruenderplattform. (2024, Dezember 15). *Die Customer Journey*.
<https://gruenderplattform.de/unternehmen-gruenden/customer-journey>
- Moqups. (2024, Dezember 9). *Moqups App*. <https://app.moqups.com/>
- Senderek, R., Ragab, S., Stratmann, L., & Krechting, D. (2019). Smart-Service-Engineering.
In V. Stich, J. H. Schumann, D. Beverungen, G. Gudergan, & P. Jussen (Hrsg.), *Digitale
Dienstleistungsinnovationen: Smart Services agil und kundenorientiert entwickeln* (S.
3–15). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-662-59517-6_1
- SWOT-Analyse*. (2024, Dezember 13). <https://blog.hubspot.de/marketing/swot-analyse-vorlage>
- Wuttke, L. (2024, Mai 1). *Was ist Natural Language Processing (NLP): Anwendung und
Beispiele*. Datasolut GmbH. <https://datasolut.com/natural-language-processing-einfuehrung/>