



## Zielkunden 1

### Individualprogrammierung

<b>Zielkunden 1 Individualprogrammierung</b>	6000 - 200.000	3-6 Monate/Projekt
<ul style="list-style-type: none"><li>- Digitaler Wandel</li><li>- Großprojekte</li><li>- Große Apps</li><li>- Module</li><li>- Kundenprojekte lt. Lastenheft</li></ul>		2-3 Projekte / Jahr

#### Produkte

- ☐ Steuerung technischer Geräte (z.B. Fernbedienung) ☐ Produktübersicht technischer Geräte ☐ SaaS
- ☐ Schlüssel (zum öffnen technischer Geräte ☐ Schlüssel zur Nutzungsdokumentation
- ☐ Produktübersicht durch Kunden ☐ Prozessoptimierungs-Tools ☐ Prozessoptimierungs-Tools
- ☐ Unternehmensverwaltungstools (Lagersoftware, Buchhaltung, Dokumentation)
- ☐ Datenbanken ☐ Schnittstellen (API) zwischen bestehenden Systemen ☐ Chat-Bots
- ☐ Web-Entwicklung ☐ Gestaltung von Webseiten ☐ Shopsysteme (E-Commerce)
- ☐ Front End-Technologien ☐ Printprodukte ☐ Web Design
- ☐ Unternehmens Lern-Apps ☐ Individuelle Anwendungen

#### Zielkunden

- ☐ Mittelständige Unternehmen
- ☐ Agenturen
- ☐ Tech-Unternehmen

#### Kosten pro App

6000 - 200.000 € /Anwendung

#### Kurzbeschreibung:

Unternehmen, die sich modernisieren oder aktuell halten oder ihre Prozesse verbessern möchten und damit die Kunden-IT und/oder intern verwendete Softwareprodukte verbessern bzw. entwickeln möchten. Um sich am Markt zu behaupten, brauchen diese Firmen meist individuell entwickelte Software.

- Damit stehen auch die Unternehmen selbst in stetiger Konkurrenz zum Markt.
- Gäbe es eine individuelle Software, bräuchte das Unternehmen diese nicht weiterentwickeln. Die Software, die wir diesen Kunden anbieten, braucht spezielle Sonderkonzepte (Mehrwert).
- Die digitale Transformation zwingt Unternehmen, die digitale Wertschöpfung zu erweitern und neue Potentiale zu nutzen.

### **Geographischer Fokus:**

Der geographische Fokus ist Berlin sowie das gesamte Bundesgebiet.

### **Organisatorische Merkmale**

Mittelstand, Hauptsächlich in Deutschland, Großer Marktanteil

- Die wenigsten mittelständischen Unternehmen haben zu ihren organisch gewachsenen Systemen eine systematische Dokumentation vorliegen – meist ist viel Wissen in wenigen Köpfen versammelt.
- "Migration ins Web" braucht reife, bewährte Vorgehensweisen

### **Ökonomische Merkmale**

- Stabile Finanzen, Gute Liquidität

- Zahlungsmoral gegeben, oft lange Zahlungsziele

- Freie Kapazitäten für zusätzliche Entwicklungsprojekte sind meist schwer zu finden.
- Projektziele: Groß, 100.000- 300.000 Budget /
- Mitentscheidungsrecht, Konzeptionelle Freiheit mit Experteneinschätzung
  - Traditionen müssen bedacht werden, solche Firmen haben vieles im Laufe der Jahre optimiert / Rules absprechen

### **Investitionsverhalten:**

Investition in die/den

- stetige Verbesserung der eigenen Wirtschaftsstruktur
- Umsetzung digitaler Markterschließung
- Entwicklung von Kontrollstrukturen &, Prozessoptimierung
- Digitalisierung
- Erweiterung bestehender IT-Landschaften
- Umbau von Unternehmensprozessen
- Einsatz von Frameworks zur Entlastung von Kapazität und Budget
- Entwicklung von dedizierten Progressive Web Apps /Endgeräte-unabhängig.
- Verbesserung eigener Aufgabenstellungen
- Lösung von Problemen
- Besseren Verkauf von Produkten
- Verbesserung der Reichweite
- Sicherung der eigenen Marktposition
- Genaue Analysen von Problemstellungen
- Funktionierende Workflow Lösungen
- Hochmoderne Software
- Kompetente Beratung für verschiedene Fachabteilungen ( nicht nur technische Beratung)
- Datenschutz/Sicherheit

### **Fazit**

Im Gegensatz zur Standard-IT, welche auf die Bereitstellung einer Informationstechnologie für eine breite Kundengruppe abzielt, wird Individual-IT eine Informationstechnologie gezielt für ein Anwenderunternehmen zugeschnitten.

### **Musterkunde des Kunden**

- die Subkulturelle Pluralisierung ist in der Mitte am stärksten ausgeprägt
- Solche Unternehmen zielen ebenfalls auf B2B Kunden an. B2C nur für spezielle Produkte
- Zielgruppe sind aber auch die eigenen Mitarbeiter, die verbesserte Arbeitsprozesse benötigen

### **Kaufverhalten des Unternehmens**

- Lange Entscheidungsprozesse durch verschiedene Abteilungen
- Suchen einen günstigen, kompetenten aber auch transparenten Projektpartner,
- Kaufen meist nach Jahresbudget, gegen Ende des Jahres können Zusatzkäufe folgen

### **Personenbezogene Merkmale oder Charakteristika der Entscheidungsträger der Unternehmen**

- Entscheidung für einen Projektpartner unter vielen Firmen
- Flexible Projektzeit "Qualität dauert"
- Innovationsfreudig

### **Auf welchem Weg kann ich die Zielgruppe erreichen, beispielsweise online oder offline?**

- Eigener Webauftritt
- Kaltaquise
- Messen
- Kontakte
- E-Mail Marketing
- Referenzen
- Plakate
- Flyer

Königsklasse beim Erreichen von Entscheidern ist und bleibt auf absehbare Zeit der Fachartikel – was natürlich voraussetzt, dass man über ausreichend interessante Inhalte verfügt, um einen Fachartikel zu füllen (und noch vor dem Leser das Interesse der Redaktion zu wecken).

### **#Keywordfrage**

[Keywordtool 1](#)

[Keywordtool 2](#)

individuelle softwareentwicklung berlin  
individuelle software company  
individuelle software definition  
app entwicklung cross platform  
app entwicklung dauer  
app entwicklung experten autentek  
dienstleister app entwicklung  
businessplan softwareentwicklung  
business plan it  
businesspläne software lösungen  
chancen der digitalisierung  
mittelstand app berlin

---



## Zielkunden 2

### Modernisierung & CrossMedia

<b>Zielkunden 2 - Modernisierung &amp; CrossMedia</b>	€ 3.000 - € 10.000	1-3 Monate / Projekt
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitaler Wandel</li> <li>- Kleinprojekte</li> <li>- Print Produkte</li> <li>- (CMS-) Webseiten</li> <li>- Kompakte APPS</li> </ul>		4 Projekte / Monat

#### Produkte

- ☐ Webseiten als Firmenpräsentation   ☐ Webshops, Shopsysteme (E-Commerce)
- ☐ Modernisierung veralteter Websites   ☐ Datenbanken
- ☐ Web-Anwendungen   ☐ Gestaltung von Webseiten   ☐ Cross Media Erweiterungen / Print
- ☐ App-Entwicklung (iOS, Android, Progressive,Hybrid)
- ☐ Geschäftsausstattung – Visitenkarten, Briefpapier und mehr. .   ☐ Kataloge und Broschüren
- ☐ Plakate und Transparente   ☐ Messeausstattung   ☐ Gestaltung von Webseiten   ☐ Shopsysteme (E-Commerce)
- ☐ Multimedia Systeme - Point-of-Sales (POI)

#### Zielkunden

- ☐ StartUps
- ☐ Mittelständige Unternehmen
- ☐ Traditionsunternehmen

#### Kosten pro App

3000 - 10.000 € /Anwendung

#### Kurzbeschreibung:

Unternehmen, die einen Cross-Media-Auftritt ihrer Firma möchten. APP+Webseite+Flyer und andere Printprodukte+Digitale Visitenkarte+SEO+LandingPages etc.

- Viele Firmen nutzen im Sinne der Distributionspolitik Crossmedia im Sinne des Multichannel-Marketing.
- Dabei handelt es sich um den parallelen Vertrieb von Produkten oder Dienstleistungen über verschiedene Vertriebskanäle, um so unterschiedliche Endverbraucher erreichen zu können.
- Printmedien werden stärker mit Online-Medien verzahnt
- Diese parallele Nutzung stellt Unternehmen vor die Herausforderung, in ihrer Kommunikation Instrumente zu nutzen, über die sich die Brücke von Print zu Online reibungslos schlagen lässt:
- Features wie Produktkennziffern, QR-Codes oder Augmented Reality führen direkt zu 360-Grad-Ansichten, Produktvideos, Landing-Pages oder schaffen eine neue Erlebnisdimension.

### Geographischer Fokus:

Der geographische Fokus ist Berlin sowie das gesamte Bundesgebiet.

### Organisatorische Merkmale

Traditions-Mittelstand, Hauptsächlich in Deutschland, Kleiner bis mittlerer Marktanteil, StartUps

- Bei StartUps gibt es im Bereich Software und Analytics die meisten Finanzierungsrunden
- StartUps sind oft kreativ und konzeptionell stark, aber in der Programmierung dünn besetzt.
- Schwerpunkt liegt auf Programmierung und der schnellen, agilen Umsetzung von gegebenen Konzepten.

### Ökonomische Merkmale

(Nicht immer Stabile) Finanzen, Startups oder  
Traditionsunternehmen aus jeder Branche

- Meist Pünktliche Bezahlung

- Suchen oft Projekte ohne eigene „Kreativleistung“ und web-konzeptionelle Arbeit – also ganz auf die *Umsetzung* (d.h. auf Softwareentwicklung) fokussiert.
- Die Programmierung von Webauftritten in (fast) allen Systemen, die Contentpflege, die Übernahme von Wartungsverträgen.
- Mitentscheidungsrecht, Konzeptionelle Freiheit mit Experteneinschätzung
- Software nur Teil ihres Firmenbrandings
- Wünschen Gute Konzepte die überzeugen ( Geben diese nicht gerne in Fremde Hände)

### Investitionsverhalten

Investition in die/den

- platzierung der Firma am Markt
- die verbesserung der Marktposition
- Problemlösung veralteter Software
- Verkauf von Produkten und Dienstleistungen
- Vertrieb von Werbemittel
- Druckprodukte.
- Verbesserung der Erreichbarkeit von (Neu-)Kunden
- Verbesserung von Firmenprozesse
- Messeausstattung – Point-of-Sales (POI)

### Fazit

Unternehmen, die ihre Kampagnen crossmedial denken und ihre Website bzw. ihren Online-Shop bereits für Smartphones oder sogar Tablets optimiert haben, haben in der heutigen Zeit klare Vorteile.

### Musterkunde des Kunden

- Die subkulturelle Pluralisierung ist in der Mitte am stärksten ausgeprägt
- B2B & B2C Kunden

### **Kaufverhalten des Unternehmens**

Stabile Finanzen, Gute Liquidität

Zahlungsmoral gegeben, normale Zahlungsziele

Projektziele: Groß, 3.000- 10.000 Budget / 1-3 Monatsprojekte

Startups

Traditionsunternehmen::

(Lange entscheidungsprozesse durch verschiedene Abteilungen, Suchen einen günstigen, kompetenten aber auch transparenten Projektpartner, Kaufen meist nach Jahresbudget, gegen Ende des Jahres können Zusatzkäufe folgen)

### **personenbezogene Merkmale oder Charakteristika der Entscheidungsträger der Unternehmen**

Fragen bei mehreren Firmen nach und erzeugen dadurch lieferdruck, Flexible Projektzeit "Qualität dauert", innovationsfreudig )

### **Auf welchem Weg kann ich die Zielgruppe erreichen, beispielsweise online oder offline?**

- Eigener Webauftritt
- Kaltaquise
- Messen
- Kontakte
- E-Mail Marketing
- Referenzen
- Plakate
- Telefonwerbung (check ob erlaubt)
- Flyer

### **#Keywordfrage**

[Keywordtool 1](#)

[Keywordtool 2](#)

---



## Zielkunden 3

### Staatliche & Universitätsprojekte

<b>Zielkunden 3 Staatliche &amp; Universitätsprojekte</b>	€60.000 - € 120.000	12-36 Monate / Projekt 3 Projekte / alle 2-3 Jahre
<ul style="list-style-type: none"><li>- Erasmus Projekte</li><li>- Apps &amp; Web Produkte</li><li>- Langfristige Partnerschaft</li></ul>		Müssen kostendeckend

#### Produkte

- ☐ Lernplattformen und Lern-Apps   ☐ Gamification Apps
- ☐ Anwendungen zur Dokumentation und Steuerung von unterschiedlichen Prozessen
- ☐ Shopping-Apps   ☐ Forschungsprojekte   ☐ Bildungsprojekte
- ☐ Kontrolle des Lernverhaltens   ☐ Kontrolle des Unternehmens   ☐ Verbesserung der Prozesse

#### Zielkunden

- ☐ Universitäten/ Hochschulen / Fachhochschulen
- ☐ Behörden
- ☐ Behördlich geförderte StartUps
- ☐ Behördlich geförderte Unternehmen

#### Kosten pro App

10.000 - 150.000 € /Anwendung

#### Kurzbeschreibung:

Unternehmen die einen Mehrwert für die Gesellschaft schaffen möchten im Bereich (KRITIS)

Bei uns derzeit: Hochschulen

- „Digitale Teilhabe“ für eigene Kunden
- Einzelne Apps die im Rahmen der Forschung erstellt, werden
- Versorgung der ländlichen Regionen mit guten digitalen Lösungen
- Kunden aus dem öffentlichen Sektor und dem öffentlichen Dienst
- Allgemeine Verwaltungen aller Ebenen (Kommunen, Länder, Bund)
- Spezialisierte Fachbehörden - vom kommunalen Jugendamt über die staatliche Bundesanstalt bis zum Ministerium, die wir bei der Einführung und dem Ausbau von Qualitätsmanagement unterstützen.
- Brauchen ein speziell auf den öffentlichen Dienst oder Hochschulen etc. ausgerichtetes Portfolio & passgenaue Unterstützung.

### Geographischer Fokus:

Der geographische Fokus ist Berlin sowie das gesamte Bundesgebiet. Partner können International sein.

### Organisatorische Merkmale

- Öffentlicher Sektor, KRIT,
- **Oft Sektor Kritischer Infrastrukturen (KRITIS) gemeint** - Wiederkehrende Probleme in den Jahren 2019-2022 zeigen uns stabilere Wirtschaftssektoren auf. Es macht sinn uns in diesem Markt zu etablieren

### Ökonomische Merkmale

Stabile Finanzen, Wenig Verhandlungsfreiheit durch vorgegebene Budgets

- Zahlungen oft abhängig durch die Abnahme von Drittstellen.

- Diese Projekte werden über Drittmittel des Bundes, sowie durch Zuwendungen von Stiftungen finanziert

### Investitionsverhalten

Investition in (die/den)

- Projekte, mit denen die Qualität von Lehre und Studium verbessert werden sollen
- Projekte, mit denen die Qualität der Dienstleistungen verbessert/stabilisiert werden können
- Projekte mit Langzeitbetreuung
- Digitalen Wandel
- Wechsel von Open Source Lösungen zu einer individuellen Software
- Projekte zur Verbesserung der Dokumentation relevanter Verwaltungsprozesse
- Schnittstellen zu alten Portalen
- Modernisierung älterer Verfahren
- Verbesserung des Prozessmanagements
- Bildungssoftware mit Gamification
- Internationale Projekte
- Individuelle Anwendungen
- Datenbanken
- Schnittstellen (API)
- Chat-Bots
- Web-Entwicklung
- Gestaltung von Webseiten
- App-Entwicklung

### Fazit

Hochschulen und Behörden brauchen ihre Software für einen gesellschaftlichen Nutzen. Oft haben sie staatliche Fördertöpfe und eine stabile zugrunde liegende Wirtschaft und bringen der autenteke Referenzen und ein gutes Zusatzeinkommen.

### Musterkunde des Kunden

- die subkulturelle Pluralisierung ist in der Mitte am stärksten ausgeprägt
- Kunden sind meist B2C Kunden
- Zielgruppe sind auch die eigenen Mitarbeiter



### **Kaufverhalten des Unternehmens**

Stabile Finanzen, Gute Liquidität

Zahlungsmoral gegeben, sehr lange Zahlungsziele

Projektziele: Mittelmäßig, 60.000- 200.000 Budget / 1-3 Jahresprojekte

- Lange entscheidungsprozesse durch verschiedene Abteilungen
- Suchen einen günstigen, kompetenten aber auch transparenten Projektpartner
- Kaufen meist nach Budget
- Viele soziale Kriterien ( Frauenquote im Unternehmen, faire Arbeitsbedingungen, gleichstellung Behinderter) Dies kann tatsächlich im Kennenlern Prozess abgefragt werden, oder sollte von unserer Seite unschwerflich angesprochen werden

### **personenbezogene Merkmale oder Charakteristika der Entscheidungsträger der Unternehmen**

Fragen bei mehreren Firmen nach und erzeugen dadurch lieferdruck, Fixe Projektzeit, durch Kontrolle eigener Investoren

### **Auf welchem Weg kann ich die Zielgruppe erreichen, beispielsweise online oder offline?**

- Eigener Webaufttritt
- Ausschreibungen
- Messen
- Kontakte
- E-Mail Marketing
- Referenzen
- Netzwerkeffekt

### **#Keywordfrage**

[Keywordtool 1](#)

[Keywordtool 2](#)

pädagogische software für schulen  
software für schulen änderungsmanagement  
software für schulen deutschland  
software für schulen landesamt  
software für schulen öffentlicher dienst

---

## Entscheider

☐ **Mittelstand Entscheider (CEO)**   ☐ **Mittelstand Entscheider (Techniker & Fachexperten)**

### Geschlecht:

16,8 Prozent Frauen,  
84,2 Prozent Männer,  
0,6 % Divers (oft im StartUp)

Info: Insgesamt sind 29,4 % der Führungskräfte Frauen. In der IT Branche sind es 7%.

**Ausbildung:** IHK Abschluss, Bachelor, Master, Promotion.  
Einkommen: Oft Abhängig vom Wohlergehen der Firma

### Alter

Im Jahr 2018 betrug das Durchschnittsalter von Führungskräften in Berlin 51,8 Jahre. Im Jahr 2018 betrug das Durchschnittsalter der Führungskräfte in Deutschland 51,9 Jahre. Demnach sind 35 Prozent der Führungskräfte zwischen 40 und 50 Jahre alt und 37 Prozent zwischen 30 und 40. Nur neun Prozent sind jünger als 30.

### WAHRSCHEINLICHKEIT

#### Entscheider Technik/Fachexperten:

50%, Mann 42-56 Jahre  
40%, Mann 30-40 Jahre  
5%, Frau 42-56 Jahre  
2%, Frau 30-40 Jahre  
0.5%, Frau < 30%, Diverse, etc.

#### Entscheider Führungsetagen:

45%, Mann 42-65 Jahre  
15%, Frau 42-65 Jahre  
25%, Mann 30-40 Jahre  
5%, Frau 30-40 Jahre  
3%, Frau <30%, Diverse, etc.

## Mittelstand Entscheider (Chefs)

**Job Level/Seniorität:** Manager, Direktor, Leiter, CEO

95%, Mann 30-40 Jahre  
5%, Frau 30-40 Jahre

### Junior-Chefs

Junge Chefs bringen frische Ideen mit und sind gut qualifiziert. Grundqualifikation im wirtschaftlichen und technischen Know-how. Oft gibt es zusätzlich einen Senior-Chef, der Entscheidungen berücksichtigt und indirekt mitentscheidet.

### Senior-Chefs

Ältere Chefs bringen eine Menge Erfahrungen mit. Im Mittelstand stehen sie für eine stetige Verbesserung der Prozesse. Sie gehen oft ungern Risiken ein.  
Oft wird vor der finalen Entscheidung ein Fachexperte oder ein Expertenteam in den Entscheidungsprozess miteinbezogen.

## Mittelstand Entscheider (Techniker & Fachexperten)

**Job Level/Seniorität:** IT-Experte, Informatiker, Techniker, Mint-Fach

50%, Mann 42-56 Jahre  
40%, Mann 30-40 Jahre  
5%, Mann <30 Jahre  
2%, Frau <30 Jahre

### Junior-Techniker

Sie werden meist von einem Senior-Techniker vertreten.

**Senior-Techniker**

In der Auswahlphase findet bei der Betrachtung von Standard-IT ein Vergleichsprozess der verfügbaren IT-Produkte statt. Im Rahmen des Vergleichsprozesses müssen die Bedürfnisse des Anwenderunternehmens und der individuellen Nutzer mit den Fähigkeiten der jeweiligen IT abgeglichen werden.

---

# B2B Entscheider-Persona-Steckbrief(-e)

**Name:** Sebastian Maaß

**Alter:** 47

**Beruf:** Arbeitet im mittleren Management eines internationalen Unternehmen

**Herkunft:** Köln

Zielkunden 1

## Individualprogrammierung



### Bedürfnisse:

Modernisierung einer günstig im Ausland produzierten App+Backend, um seinen Kunden deutlich bessere Nutzungsqualität zu gewährleisten und die Nutzung besser zu dokumentieren.

### Befürchtungen:

Sebastian hat ein großzügiges Budget vergeben. Qualität ist sein oberstes Gebot. Anschaffungen müssen umfassend kalkuliert werden.

### Kontaktpunkt:

Sebastian arbeitet im mittleren Management und muss seine Arbeit und Entscheidungen auf beiden Seiten rechtfertigen. Kostspielige Anschaffungen müssen regelmäßig überprüft werden. Nur ein Mehrwert ist abnahmefähig.

**Zitat:** „Hallo, mein Name ist Sebastian. Das von den Ausländern entwickelte Projekt, untersteigt unseren Qualitätsanspruch, wir brauchen einen verlässlichen Partner der unsere Entwicklung in gängiger Weise, vergleichsweise Günstig modernisiert“

**Name:** Andreas Tidemann

**Alter:** 44

**Beruf:** Arbeitet als Geschäftsleiter in einem Dienstleistungsunternehmen

**Herkunft:** Tempelhof, Berlin

Zielkunden 2

## Modernisierung & CrossMedia



### Bedürfnisse:

Modernisierung der eigenen Kundenwebsite, um seine Reichweite zu erhöhen und seinen Kundenstamm einen leichteren Zugang zu weiteren Softwareprodukten zu gewähren.

### Befürchtungen:

Andreas wurde im Bereich der Softwareentwicklung enttäuscht. Die von ihm entwickelten Softwareprodukte sind für ihn nicht konkurrenzfähig. Vor weiteren Anschaffungen muss er umfassend kalkulieren und ist sehr vorsichtig.

**Kontaktpunkt:**

Andreas kennt sich nicht mit der Softwareentwicklung und möchte bei der kostspieligen Anschaffung neuer Komponenten keine Fehler begehen. Dazu sucht er unterschiedliche Software-Unternehmen auf und holt sich regelmäßig Vergleichsangebote

**Zitat:** „Hallo, mein Name ist Andreas. Ich werde immer wieder meine Software modernisieren, da meine Konkurrenz nicht schläft. . Dazu benötige ich einen kompetenten Entwicklungspartner mit Verlass, möchte aber kosten sparen. Wenn ich einer Firma vertraue bin ich bereit geld in die Hand zu nehmen”

**Name:** Dr Matthias Ludwig

**Alter:** 48

**Beruf:** Arbeitet als Professor der Mathematik und Projektleiter internationaler Erasmus Projekte

**Herkunft:** Main-Kinzig-Kreis, Frankfurt Am Main

## Zielkunden 3 Staatliche & Universitätsprojekte

**Bedürfnisse:**

Entwicklung moderner Software, um die Bildung von Studenten und Schülern durch alternative Lehrmethoden zu fördern.

**Befürchtungen:**

Matthias kennt die Tücken der Softwareentwicklung und möchte bei der kostspieligen Anschaffung keine Fehler begehen. Er muss jeden Entwicklungsschritt vor der EU rechtfertigen.


**Kontaktpunkt:**

Matthias lässt sich von seinen Mitarbeitern sowohl technisch als auch inhaltlich, wissenschaftlich beraten da beide jeweils näher an der Basis sind

**Zitat:** „Hallo, mein Name ist Matthias Ludwig. Ich werde in den nächsten Jahren unterschiedliche Erasmus-Projekte mit unterschiedlichen Themengebieten im Rahmen einer internationalen Partnerschaft entwickeln. Dazu benötige ich einen kompetenten Entwicklungspartner mit Verlass”

## Weibliche Personas:

<p><b>Name:</b> Brigitte Mohn</p> <p><b>Alter:</b> 49</p> <p><b>Beruf:</b> Arbeitet im mittleren Management eines Unternehmens, das im DAX geführt wird.</p> <p><b>Herkunft:</b> Berlin</p>	<p><b>Zielkunden 1</b></p> <p><b>Individualprogrammierung</b></p> 
<p><b>Bedürfnisse:</b></p> <p>Modernisierung einer preiswert im Ausland produzierten App+Backend, um ihren Kunden deutlich bessere Nutzungsqualität zu garantieren und die Nutzung sauberer zu dokumentieren.</p>	<p><b>Befürchtungen:</b></p> <p>Brigitte kann ein mittelgroßes Budget vergeben. Qualität und gutes Design stehen an erster Stelle. Anschaffungen müssen kleinteilig erfasst und dokumentiert werden.</p>
<p><b>Kontaktpunkt:</b></p> <p>Brigitte arbeitet im mittleren Management und muss ihre Entscheidungen allen Seiten verkaufen können. Anschaffungen müssen bis ins Detail nachprüfbar sein. Nur ein Mehrwert ist abnahmefähig.</p>	<p><b>Zitat:</b> „Hallo, mein Name ist Brigitte. Das im Ausland entwickelte Projekt liegt unter unserem Qualitätsanspruch, wir brauchen einen anspruchsvollen Partner der unsere Entwicklung in gängiger Weise, vergleichsweise günstig modernisiert“</p>

<p><b>Name:</b> Kim Doona</p> <p><b>Alter:</b> 36</p> <p><b>Beruf:</b> Arbeitet als Geschäftsleiter in einem Dienstleistungsunternehmen</p> <p><b>Herkunft:</b> Seoul, Südkorea</p>	<p><b>Zielkunden 2</b></p> <p><b>Modernisierung &amp; CrossMedia</b></p> 
<p><b>Bedürfnisse:</b></p> <p>Umgestaltung der eigenen Kundenwebsite, um die Reichweite zu erhöhen; Vereinfachung des Produktzugangs für den Kundenstamm</p>	<p><b>Befürchtungen:</b></p> <p>Kim fällt der Umstieg vom südkoreanischen zum europäischen Markt schwer. Die von ihr entwickelten Softwareprodukte sind im Bereich Front-End nicht kompatibel mit dem hiesigen Markt. Sie ist vorsichtig und muss umfassend kalkulieren.</p>

**Kontaktpunkt:**

Kim kennt sich mit Softwareentwicklung aus, jedoch ist sie in Designfragen und Front-End auf Unterstützung angewiesen. Dazu sucht sie verschiedene Software-Unternehmen auf und holt sich regelmäßig Vergleichsangebote

**Zitat:** „Hallo, mein Name ist Kim. Ich möchte mit meiner Software auch den europäischen Markt begeistern. Dazu benötige ich einen kompetenten Entwicklungspartner mit Verlass, möchte aber Kosten sparen. Wenn ich einer Firma vertraue, bin ich bereit, Geld in die Hand zu nehmen.“

**Name:** Laura Sophie Rosenheim

**Alter:** 54

**Beruf:** Arbeitet als IT-Referentin und Chief Digital Officer (CDO) der Verwaltung

**Herkunft:** Augsburg

## Zielkunden 3 Staatliche & Universitätsprojekte

**Bedürfnisse:**

Die digitale Teilhabe aller Menschen. Die Digitalisierung kann und darf nicht nur Thema für die sein, die sowieso schon "drin" sind.

**Befürchtungen:**

Laura ist als Geisteswissenschaftlerin mit den Tücken der Softwareentwicklung nicht vertraut, deswegen überraschen sie gerade Fehler bei aufwendigen Anschaffungen. Sie muss jeden Entwicklungsschritt rechtfertigen.

**Kontaktpunkt:**

Laura lässt sich von ihren Mitarbeitern sowohl technisch als auch inhaltlich beraten.

**Zitat:** „Hallo, mein Name ist Laura Sophie Rosenheim. Ich werde in den nächsten Jahren diverse Projekte mit diversen Themengebieten entwickeln. Besonders am Herzen liegen mir ausreichend niedrigschwellige Bildungsangebote für Jung und Alt“