

Konsolidiertes Feedback zu Tap'em

Investor
Startup-Experte

29. Mai 2025

1. Markt & Zielkunden

- **Fragmentierung & Wettbewerb:** Tap'em zielt auf Boutique-Gyms, Personal-Training-Studios und Studios von Ketten ab. Diese Segmente sind gut bedient durch Anbieter wie *Mindbody*, *Trainerize* und *GymMaster*. Für einen erfolgreichen Markteintritt ist ein klarer, nachweisbarer Differenzierungsvorteil nötig. NFC-Tracking muss mit einzigartigen Insights oder Automatisierungen kombiniert werden (z. B. Predictive Maintenance oder automatisierte Upsell-Trigger).
- **Pilotphase & Top-Athleten:** Profi-Studios bringen zwar Prestige, sind jedoch teuer und langsam zu gewinnen. Empfohlen wird, zuerst kleine, innovationsfreudige Studios (CrossFit-Boxen, lokale Influencer-Studios) zu adressieren, um schneller messbare Referenzen zu erhalten.

2. Produkt & Technologie

- **Hardware-Integration:** Klärt, wer NFC-Tags installiert und wartet. Partnerschaften mit Geräteherstellern (Technogym, Life Fitness) oder zertifizierten Installationspartnern sind essenziell. Für das MVP kann auf QR-Codes oder BLE-Beacons ausgewichen werden.
- **Feature-Komplexität & UX:** Das große Funktionsspektrum (Tracking, Heatmaps, KI-Planer, Affiliate-Module) birgt Gefahr von Feature-Bloat. Für das MVP sollten nur *Tracking + Dashboard* priorisiert werden.
- **Offline-Sync & Skalierbarkeit:** Ein robustes Konflikt-Resolution-Modell und performante lokale Datenbank (z. B. SQLite, Realm) sind Pflicht. End-to-End-Tests (Offline → Online) müssen von Anfang an eingeplant werden.

3. Datenschutz & Compliance

- **DSGVO & HIPAA:**
 1. EU-Hosting (z. B. Frankfurt)
 2. Verschlüsselung im Ruhezustand und in Übertragung

3. Opt-in/Opt-out und Löschkonzepte

- Dokumentiert diese Maßnahmen im Pitch (Security-Whitepaper, ISO-27001-Plan).

4. Geschäftsmodell & Monetarisierung

- **Unit Economics:**
 - NFC-Bundle-Kosten pro Studio (Tag, Installation, Wartung)
 - Abo-Preismodelle (Freemium / Pro / Enterprise) mit Benchmarks (+20 % Reporting-Effizienz, +15 % Auslastung)
- **Affiliate-Revenue:** Schwankend – eher Nice-to-have als Kern-Einnahmequelle.
- **Werbung & Sponsoring:** Performance-basiert, aber erst nach Erreichen kritischer User-Masse. MVP-Fokus auf Abo-Umsatz.

5. Go-to-Market & Vertrieb

1. **Phase 1 (MVP):** 5–10 innovative Studios über Community-Netzwerke, lokale Fitness-Events.
2. **Phase 2 (Skalierung):** Boutique-Ketten via Direct Sales und Referral-Programm (z. B. 1 Gratis-Monat).
3. **Phase 3 (Ketten & Franchise):** Partnerschaften mit Geräte- und Verbandsorganisationen.
4. **CAC vs. LTV:** Modelliert Customer Acquisition Cost und Lifetime Value pro Segment (z. B. $CAC < 500 \text{ €}$, $LTV > 1.500 \text{ €}$).

6. Traction & Team

- **Proof of Concept:** MVP mit Live-Nutzern und dokumentierten Business-KPIs (z. B. +20 % Auslastung, 30 min Reporting-Zeiteinsparung).
- **Team-Kompetenz:** Klare Zuständigkeiten für Hardware-Deployment, Backend-Reporting, Sales (DACH/USA) und Compliance zeigen.

7. Roadmap & MVP-Priorisierung

Q3 2025 • MVP: Tracking + Dashboard (manuell/QR)

- Pilot in 5 Studios, erste KPI-Messung

Q4 2025 • NFC-Pilot in 2 Studios mit Partner

- Basic Trainingsplan-Builder (ohne KI)
- DSGVO-Audit & Security-Whitepaper

Q1 2026 • KI-Planer als Premium-Add-on

- Affiliate-Integration
- Start Pro-Segment mit 20 Studios

Q2 2026+ • Enterprise-Features (API, Franchise-Onboarding)

- Internationalisierung (EN, FR, ES)
- Community-Features & Advanced Analytics

8. Zusammenfassung & Nächste Schritte

- **Stärken:** Ganzheitlicher Ansatz, multiple Revenue-Streams, datengestützte Insights.
- **Risiken:** Hardware-Rollout, Datenschutz, starker Wettbewerb.
- **Kritische To-Dos:**
 1. MVP + Pilot → KPI-Dokumentation
 2. Unit Economics & CAC/LTV-Modell
 3. Compliance-Nachweis
 4. Klare Differenzierung zu Marktführern