Konzept

Delegator

|  |  |
| --- | --- |
| Klassifizierung | intern |
| Status | in Arbeit |
| Programmname | Delegator |
| Projektnummer | 1 |
| Projektleiter | Tabinas Kenan |
| Version | 0.1 |
| Datum | 26. März 2025 |
| Auftraggeber | Tabinas Kenan |
| Autor/Autoren | Tabinas Kenan |
| Verteiler |  |

Änderungsverzeichnis

| Version | Datum | Änderung | Autor |
| --- | --- | --- | --- |
| 0.1 |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Tabelle : Änderungsverzeichnis

Beschreibung

Die Studie beschreibt die angestrebte Lösung, in dem sie die groben Ziele definiert, möglichen Lösungsvarianten aufführt und diese dann bewertet. Sie bildet die Grundlage für die Entscheidung, ob ein Projekt freigegeben wird oder nicht. Sie ist die Voraussetzung für die Erarbeitung des Projektmanagementplans und des Projektauftrags.

# Einführung

Das Testkonzept deckt einerseits die Zugriffe, Sicherheit und Datenschutz über das Backend ab und andererseits ob die Anforderungen von den Frontend sichergestellt werden können.

# Dos and Donts

Ein Bild, das Text, Screenshot, Handy, Design enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

<https://www.youtube.com/watch?v=1D4FzPcEiN4>

# Navigation

Der erste Abschnitt ist Navigatation,

## Navation Option

Zuerst müssen wir klären welche Navigations Elemente wir überhaubt zu verfügung haben.

# Features

Es muss auch noch geklärt welche Features könnten interessant sein. Unabhängig davon, ob si umgesetzt werden.

## Übersicht

Es folgt eine Aufzählung aller Potenziellen Features. Auch wenn sie nicht realisiert werden, muss trotzdem ein Platz definiert werden und wie sie mit anderen Sachen Interagieren.

| Feature | Hinweis |
| --- | --- |
| Projekte | Konzerte, Medien, Songs |
| Songs Live | Länge (Studio Länge & Live Länge), Hinweise Live, Backing Track, Passt vor und zu. |
| Songs Studio | Aufnahme, Diskussionen mit Externen, Aufnahme Go, Versions verlauf, Chat, History, Tasks, Termine |
| Gigs | Wann, wo? Werbung? Alle Aufgaben dazu? Setlist? |
| Retro | Definerbare Punkte wie war (das Set, was das nächste mal anders) |
| Band Meetings | Auf Retros eingehen, Release Planung, Social Media, Budget planning. Ziel gruppe, Merch. Konflikte |
| Merch | Kauf, menge, Varianten, Design, Release, Store |
| Social Media | Upload Plan, Scheduled Content und Abhänigkeiten |
| Tour | Weiss ich selber noch zu wenig. |
| Strategie | Positionierung, Identität, Werte, Story, Ziele, USP, Ziel Gruppe, Melien Steine |
| Verträge | Weiss ich selber noch zu wenig. |
| Rechte | GEMA / Suissa |
| Videos | Video Konzept, Storyboard, Dreh Tage, Props. Miet Material, Externe |
| Budget | Konzerte, Risko bei Veranstalltungen, geplannte Investitionen |
| Abstimmungen | Proben, Entscheidungen |

## Feature Design“Gigs”

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Feature** | **Hinweis** |
| FD0001 | Gig Timetable | Load In, Arrival, Setup, Soundcheck, Change over, Playtime, Loadout, |
| FD0002 | Gig Information | Playtime, Location, Change Over before, Change over after, food time, money this gig gives |
| FD0003 | Gig Checklist | Send Stageplan, Techrider, who brings the drums, miks needed, is pa there, mixer available, is car organized, did someone check the food times |
| FD0004 | Custom Gig Template | Diese Informationen sind wie nicht fix. Vielleich braucht es ein Manager, welcher erlaubt die vorhandenen punkte zu ergännzen entfernen oder ab ändern |
| FD0005 | Gig Promo | Mention a week before, mention a day before, mention on that day, updated on the website, flyer? |
| FD0006 | Gig Converstaion | Linked E-Mails, uploaded screenshot from chats |

## Feature Design “Social Media”

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Feature** | **Hinweis** |
| FD0101 | Abhängigkeit | Ein Post muss eine Verbindung zu einem Event haben. Wenn das Event z.B. ein Release verschoben wird, wird auch der Post dazu verschoben. |
| FD0102 | Content | Es gibt verschiedene Versionen, welche pro Post hochgeladen werden können. Dazu gibt es Kommentare.  Es gibt einen Upload Plan. |
| FD0103 | Sceduler | Es gibt einen Upload Rhythmus der erstellt wird. Alle Post haben Platz dort. |

## Feature Design «Merch»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Feature** | **Hinweis** |
| FD0201 | Lagerbestand | Aktueller Bestand |
| FD0202 | Merch Planung | Zukunünftige Designes, Trend Verkauf damit geplannt werden kann wann es neuen Merch brauch. |
| FD0203 | Kaufvertäge und Produkt Informationen | Lieferfristen und Budget welches gebraucht werden um eine Investition zu machen |

## Feature Design «Budget»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Feature** | **Hinweis** |
| FD0301 | Einkommen pro Gig |  |
| FD0302 | Geplannte Investitionen | Geräte wie Racks, Licht und andere Stage Elemente, back Up Guitaren usw |
| FD0303 | Mögliches Risiko | Geht einer mit FD0001. |
| FD0304 | Merchverkäufe | Geht einher mit FD0202. |
| FD0304 | Merch Roadmap | Geht einher mit FD0203. |

## Feature Design «Songs Live»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Feature** | **Hinweis** |
| FD0401 | Live Länge |  |
| FD0402 | Live Variationen | Wenn es ein längeres Outro gibt macht es nicht es zu spielen wenn der nächste Song ein längere Intro hat. |
| FD0403 | Hinweise | Zum Beispiel Informationen zu Crowd Interaction |
| FD0404 | Backing Track Versionen | File Upload und Versionierung. Kommentare und eine History. |
| FD0405 | Verbindung zu Studio Songs. | Ein Link zu einem anderen Song. |

## Feature Design «Songs Studio»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Feature** | **Hinweis** |
| FD0501 | Länge |  |
| FD0502 | Variationen |  |
| FD0503 | Files | Destination |
| FD0504 | Commeting Plattform | Eine Plattform um mit Mixer zu Kommentieren |
| FD0505 | Aufgaben |  |
| FD0506 | Moodboard |  |
| FD0507 | Versionen Musik |  |
| FD0508 | Versionen Art |  |
| FD0509 | Chat |  |

## Feature Design «Strategie»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Feature** | **Hinweis** |
| FD0601 | Identität |  |
| FD0602 | Bio |  |
| FD0603 | Press Kit |  |
| FD0604 | Langzeit Strategie und Ziele | Beispielweise Verbinden mit Zahlen aus Spotify und gesetzten Ziele |
| FD0605 | Rules |  |
| FD0606 | Basic Release Plan |  |

## Feature Design «Contacts»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Feature** | **Hinweis** |
| FD0701 | Liste mit Kontakten |  |
| FD0702 | Eigenschaften | E-Mail, Name, Spitzname, Hinweise, Preise aus der Vergangenheit |

## Feature Design «Meetings»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Feature** | **Hinweis** |
| FD0801 | Zukunft |  |
| FD0802 | Planung bis zum Nächsten Meeting |  |
| FD0803 | Aufgaben Stand | Schauen, ob wir den plan Anpassen müssen oder ob wir gut fahren |
| FD0804 | Retro | Siehe Retro |
| FD0805 | Song-Guess Einstieg | Es gibt ein Einstieg wobei Songs erratet werden können |
| FD0806 | Liste mit Entscheidungen |  |
| FD0807 | Feedback | Eine Art Feedback Runde welche man Vorbereitet Feedback gebe kann ohne einander zu Verletzten. |

## Feature Design «Videos»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Feature** | **Hinweis** |
| FD0901 | Moodboard | Downlaod und Hochladen? Eine Direkte Suche nach Goolge Bilder? |
| FD0902 | Arbeit mit anderen | DP, Direktor einalden |
| FD0903 | Props |  |
| FD0904 | Ideen (Mind Map) |  |
| FD0905 | Location |  |
| FD0906 | Time Table |  |
| FD0907 | Drehtag Organisation | Essen Alergien? |

## Feature Design «Retro»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Feature** | **Hinweis** |
| FD1001 | Feedback |  |
| FD1002 | Anpassbare Vorlage |  |
| FD1003 | Checkmark | Damit jede Retro auch |

## Feature Design «Abstimmungen & Prozesse»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Feature** | **Hinweis** |
| FD1101 | Eine Art Aktivät | Eine Art Bell wo es eine übersicht gibt mit allen änderungen. Aber auch Filterbar oder Kategorierbar, |
| FD1102 | Eine Art von einer Liste mit Entscheidungen | Sobald eine Entscheidung getroffen wird, wird es in eine Liste aufgenommen. |
| FD1103 | Checklisten | Noch nicht klar wo sich das mit den Aufgaben trifft. Aber es gibt eine gewisse Überschneidung. |

## Fazit

Daraus lässt sich schliessen, dass gewisse UI Elemente müssen Dynamisch generiert werden.

# Pages

## Dashboard

Es muss eine Art Startseite geben. Relevant dafür ist die Navigation Bar.

### Dashboard V1

Wichtige Elemente in der NavBar:

* Kalender
* Chat
* Aktivitäten
* Band Informationen

### Dashboard V2

Wichtige Elemente in der NavBar:

* Kalender
* Aufgaben
* Chat
* Aktivitäten
* Band Informationen

Es gibt etwas viele Informationen.

### Dashboard V3

Wichtige Elemente in der NavBar:

* Kalender
* Aufgaben
* Aktivitäten
* Band Informationen

### Dashboard V4

Wichtige Elemente in der NavBar:

* Kalender
* Aufgaben
* Chat
* Band Informationen

Aktivitäten sind in der Band Informationen

### Dashboard V5

Wichtige Elemente in der NavBar:

* Chat
* Home
* Band Informationen

Aktivitäten sind in der Band Informationen

# Dashboard

Ich habe mich für Dashboard 5 entschieden und dort gibt es 3 Seiten,

## Chat

* Alle Chats aus allen Projekten.
* Ein Filter damit eingeschränkt werden kann.
* Ein Such Funktion

## Aktuell (ehemalig Home)

* Plus Button für Jetzt Aktionen
* Kalender
* Aufgaben
* Projekte
* On going Abstimmungen
* Ungesehene Aktivitäten (mit direkt Link)

## Info

* Eine Such Funktion
* Eine Typ zur Einschränkung

|  |  |
| --- | --- |
| **Inhalt** | **TYP** |
| Finished Songs | Operativ |
| Contacts | Operativ |
| E-Mails | Operativ |
| Merch | Operativ |
| Budget | Strategisch |
| Merch Statistik | Strategisch |
| Vision | Strategisch |
| Alte Projekte | Archiv |
| Alte Retros | Archiv |
| Alte Gigs | Archiv |
| Alte Meetings | Archiv |
| Alte Entscheidungen | Archiv |

## Trennung

Es gibt gewisse Überschneidungen. Daher habe ich am folgenden Design Leitsatz.

Im Aktuell erscheinen auch nur aktuell relevant Inhalte. Im Info Teil gehören ältere und spätere Inhalte.

## Jetzt Aktionen

Etwas, was mir in den Sinngekommen ist, sind Jetzt Aktionen. Wie Team-Meeting Starten, jetzt Setlist bearbeiten, jetzt Projekt erstellen

* Meeting Starten
* Setlist Drucken
* Neuer Song
* Neues Projekt
* Neuer Termin
* Neuer Kontakt
* Lager Bestand ändern
* Neue Abstimmung

# Pages

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ID** | **Name** | **Hinweise** |
| P01 | Chats |  |
| P02 | Chat Details |  |
| P03 | Home |  |
| P04 | Calender |  |
| P05 | Eintrag erstellen |  |
| P06 | Gig Information | Timetable, Location, Contacts, Emails |
| P07 | Gig Mails | Habe ich später dagegen Entscheidgen. Dafür kann E-Mail attachen. |
| P08 | Gig Setlist |  |
| P09 | Gig Board |  |
| P10 | Aufgaben (Kanban) | Solltes ein Universelles Board geben? Oder eine Liste mit allen Boards? |
| P11 | Terminierte Aufgaben |  |
| P12 | Projekte |  |
| P13 | Aufgaben Liste |  |
| P14 | Aufgaben Element |  |
| P15 | Song Studio Übersicht |  |
| P16 | Aktivitäten |  |
| P17 | Termin Liste |  |
| P18 | Retro |  |
| P19 | Retro Editor | Aktuell noch nicht gezeichnet |
| P20 | Abstimmungen |  |
| P21 | Abstimmung Detail |  |
| P22 | Abstimmungs Editor |  |
| P23 | Infos |  |
| P24 | Song List |  |
| P25 | Contacts |  |
| P26 | E-Mails |  |
| P27 | Budget |  |
| P28 | Merch Stats |  |
| P29 | Vision |  |
| P30 | Alte Retros |  |
| P31 | Alte Gigs |  |
| P32 | Alte Meetings |  |
| P33 | Merch Stock |  |
| P34 | Alte Entscheidungen |  |

# Datenbank

Beim Design der Datenbank haben sich einige Fragen ergeben.

## Berechtigungen

Sollte man jedem User einzeln Berechtigungen geben zu jedem Projekt oder wie genau macht man das.

Danach habe ich überlegt dass bei einem möglichst einfachen Handhabung es keine Komplizierte Berechtigungs Matrix braucht und habe mich stattessen für Rollenentschieden.

## Projekte

Während der Ausbildung haben wir mögliche Vorgehen angeschaut. Wenn es mehrere Arten Spezialinformation für eine Generalistische Struktur. In diesem Fall ist es ein Projekt. Und ein Song hat andere Informationen als ein Konzert. Zuerst habe ich mir den Kopf darüber zerbrochen. Anschliessend bin darauf gekommen, dass ein Projekt. Alles haben kann, über eine Fremde Tabelle.

Abkürzungen und Glossar

| Abkürzung / Fachwort | Erläuterung |
| --- | --- |
| HERMES | Vorgehensmethodik für Projekte und Programme  HERMES 5 ist ein eCH Standard |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Tabelle : Abkürzungen und Glossar

Inhaltsverzeichnis

1 Informationsbeschaffung 2

1.1 Konkurenz Analyse 2

2 Ziele 3

2.1 Projektziele 3

2.2 Projektvorgehensziele 5

3 Grobanforderungen 6

4 Grundsatzentscheidungen 7

4.1 Grundsatzentscheidungen Übersicht 7

5 Lösungsvarianten von B1 8

5.1 Variantenübersicht 8

5.2 Variante V1 «Weniger Admin mehr Musik» 8

5.2.1 Kurzbeschreibung 8

5.2.2 Zielegruppe 9

5.2.3 Konkurrenz Analyse 10

5.3 Variante V2 «Familien und Bands» 11

5.3.1 Kurzbeschreibung 11

5.3.2 Zielegruppe 12

5.3.3 Konkurrenz Analyse 13

5.4 Analyse und Bewertung der Varianten 14

5.4.1 Zielerreichung 14

5.5 Variantenwahl 14

6 Lösungsvariantenwahl von B2 15

6.1 Variantenübersicht 15

6.2 Variante V1 «WebOnly> 16

6.2.1 Kurzbeschreibung 16

6.2.2 Vorteile 16

6.2.3 Nachteile 16

6.3 Variante V2 «WebViewApp» 17

6.3.1 Kurzbeschreibung 17

6.3.2 Vorteile 17

6.3.3 Nachteile 17

6.4 Variante V3 «Native App» 18

6.4.1 Kurzbeschreibung 18

6.4.2 Vorteile 18

6.4.3 Nachteile 18

6.5 Variante V4 «Cross Plattform» 19

6.5.1 Kurzbeschreibung 19

6.5.2 Vorteile 19

6.5.3 Nachteile 19

6.6 Bewertungskriterien 20

6.6.1 Kriterien 20

6.6.2 Nicht Kriterien 20

6.7 Analyse und Bewertung der Varianten 21

6.7.1 Bewertung 21

6.7.2 Analyse 21

7 Lösungsvariantenwahl von B3 22

7.1 Ausgangslage 22

7.2 Variantenübersicht 23

7.3 Soll Situation 23

7.4 Variante V1 «On-Premise» 24

7.4.1 Hardware 24

7.4.2 Verantwortung 25

7.4.3 Vorschlag mit SolidRun für mögliches Update 26

7.5 Variante V2 «VPS» 27

7.5.1 Terminologie 27

7.5.2 DigitalOcean 28

Fazit: 28

7.5.3 Hetzner 29

Fazit: 29

7.5.4 Contabo 30

Fazit: 30

7.6 Variante V3 «CaaS» 31

Fazit: 31

7.6.1 Zeitersparrnis 32

7.7 Variantenentscheid 33

7.7.1 Wirtschaftliche Kriterien 33

7.7.2 Nutzerbasis für Breakeven Kurve 34

7.7.3 Nutzerbasis Breakeven Aufstellung 34

7.7.4 Variantenwahl 35

7.7.5 Varianten Wahl B3 35

8 Wirtschaftlichkeit 36

8.1 Basierend auf der Konkurrenz 36

8.2 Mögliches Preismodell 37

8.3 Marketing 38

8.3.1 Instagram 38

8.3.2 Betriebskosten 39

8.4 Zeiten 39

8.5 Kosten nach dem ersten Jahr 40

8.5.1 Wachstum Strategie 41

8.6 Kosten mit 10% Marketing 42

8.6.1 Wachstum Worstcase 43

8.6.2 Wachstum Bestcase 44

8.6.3 Reele Ausgaben 45

Abbildungsverzeichnis

**Es konnten keine Einträge für ein Abbildungsverzeichnis gefunden werden.**

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Änderungsverzeichnis 1

Tabelle 2: Informationsbeschaffung Konkurenz 2

Tabelle 3: Ziele 4

Tabelle 4: Projektvorgehensziele 5

Tabelle 5: Grobanforderungen 6

Tabelle 6: Grundsatz Entscheidungen 7

Tabelle 7: Varientenübersicht von B1 8

Tabelle 8: B1 V1 Zielgruppe 9

Tabelle 9: B1 V1 Konkurenzanalyse 10

Tabelle 10: B1 V2 Zielgruppe 12

Tabelle 11: B1 V2 Konkurenz Analyse 13

Tabelle 12: Zielerreichung B1 14

Tabelle 13: Varientenübersicht von B2 15

Tabelle 14: B2 V1 Vorteile 16

Tabelle 15: B2 V1 Nachteile 16

Tabelle 16: B2 V2 Vorteile 17

Tabelle 17: B2 V2 Nachteile 17

Tabelle 18: B2 V3 Vorteile 18

Tabelle 19: B2 V3 Nachteile 18

Tabelle 20: B2 V4 Vorteile 19

Tabelle 21: B2 V4 Nachteile 19

Tabelle 22: B2 Kriterien 20

Tabelle 23: B2 Nicht Kriterien 20

Tabelle 24: B2 Bewertung 21

Tabelle 25: B3 Variantenübersicht 23

Tabelle 26: B3 V1 Hardware 24

Tabelle 27: B3 V1 Verantwortung 25

Tabelle 28: B3 V1 Inital Kosten 26

Tabelle 29: B3 V1 Fortlaufende Kosten 26

Tabelle 30: B3 V2 Terminologie 27

Tabelle 31: B3 V2 DigitalOcean 28

Tabelle 32: B3 V2 Hetzner 29

Tabelle 33: B3 V2 Contabo 30

Tabelle 34: B3 V3 Caas 31

Tabelle 35: B3 V1 Fortlaufende Zeit Kosten Best Case 32

Tabelle 36: B3 V1 Fortlaufende Zeit Kosten geschätzt 32

Tabelle 37: B3 V3 Nutzerbasis für CaaS nötig 34

Tabelle 38: B3 Variantenwahl Zeitvergleich 35

Tabelle 39: Wirtschaftlichkeit Preisvergleich 36

Tabelle 40: Wirtschaftlichkeit mögliches Preismodell 37

Tabelle 41: Wirtschaftlichkeit Umsatz pro User 37

Tabelle 42: Marketing Werbung auf Instagram 38

Tabelle 43: Marketing Instagram Ad Reach 38

Tabelle 44: Marketing Instagram Ad CPA 38

Tabelle 45: Marketing Werbekosten verglichen mit Einnahmen 39

Tabelle 46: Aufteilung bei 20% Pensum 39

Tabelle 47: Kosten bei der Diplomarbeit 40

Tabelle 48: Kostenaufstellung nach dem ersten Jahr 40

Tabelle 49: Vergleich mit nötigen Usern 40

Tabelle 50: Wachstum Strategie bei 1% 41

Tabelle 51: Kostenaufstellung nach dem ersten Jahr bei 10% 42

Tabelle 52: Instagram Ad Reach bei 10% 42

Tabelle 53: Instagram CPA bei 10% 42

Tabelle 54: Wachstum Strategie bei 10% Worstcase 43

Tabelle 55: Wachstum Strategie bei 10% Bestcase 44

Tabelle 56: Verlustpotential verschiedener Szenarien 45

Tabelle 57: Abkürzungen und Glossar 46