Vorinformationen

Damit wir euch bestmöglich beraten können, benötigen wir von euch vorweg einige Informationen zu eurer Gründeridee.

|  |  |
| --- | --- |
| Projektname | |
| Name der Gründer   Mona Bartling und Marco Poetsch | |
| Email  monabartling@gmx.de | Telefon    0677-62974240 |
| Ideen Kern  Was ist eure konkrete Idee? Bitte skizziert für uns eure Idee. Achtet darauf, dass die Erläuterungen auch für Außenstehende nachvollziehbar und verständlich sind.    Die Idee ist, (1) Marketing relevante respektive (2) personalisierte Informationen mit Storytelling und räumlichen Informationen zu verbinden. Dabei gäbe es Potentiell die Möglichkeit, zwei Pillars zu etablieren:  1. Content Marketing mit Karten, wobei Produkte vermarket werden mit Hilfe von räumlichen Daten (ähnlich zu Storymaps). Dies ist vor allem hilfreich, um Informationen mit einer räumlichen Komponente interessant zu gestalten, wodurch dadurch das jeweilige Produkt besser vermarktet werden kann. Als Beispiel: *Wanderführer* hat bisher nur eine textliche Beschreibung über den Ablauf der Wanderung. Hier könnte das Potential der Visualisierung von räumlichen Daten genutzt werden.  2. Persönliche Geschichten (etwa Hochzeitseinladungen) können mit einer räumlichen Komponente „verschönert“ werden. | |
| Aktueller Stand  Welche Schritte habt ihr bereist unternommen, um die Idee umzusetzen? Bitte skizziert diese kurz.   Prototypen wurden erstellt, die in einer Marktanalyse getestet wurden. Hierbei wurde eine personalisierte Hochzeitseinladung erstellt (als Webseite dargestellt), um den zweiten Pillar (s.o.) zu testen. | |
| Zielgruppe  Wer soll von eurer Idee profitieren? Überlegt konkret, wen ihr mit eurer Idee ansprechen wollt.   1. Unternehmen, die durch die Addition von räumlichen Informationen ihre Produkte vermarkten wollen. Dies könnten z.B. sein: Reiseagenturen oder -anbieter (z.B. Wanderführer), Journalismus, Verkauf von nachhaltigen Produkten, wo die Produktionskette dargestellt werden soll  2. Individuelle Personen, die ihre Geschichte erzählen wollen: z.B. für Hochzeiten, Lebensläufe, Reisejournal | |
| Nutzen/ USP  Was bringt euer Produkt/ Dienstleistung für einen Mehrwert? Skizziert kurz, was das Produkt/ die Dienstleistung besonders macht (ggf. im Vergleich zu bereits am Markt vorhandenen, ähnlichen Produkten/ Dienstleistungen)  Die meisten Menschen sind es mittlerweile gewohnt, mit räumlichen Daten (z.B. Google Maps) tagtäglich umzugehen, viele Menschen sehen Karten sogar als Inspiration oder Kunst an. Insbesondere interaktive Karten wecken in Menschen die Neugier und eine Art „Entdeckerlust“. Es ist somit eine starke, positive Korrelation mit Karten zu verbinden.  Bei der Vermarktung von Produkten kann die Positivität gegenüber Karten genutzt werden, um Vorteile von Produkten leichter und inspirierender zu erklären bzw. ein Alleinstellungsmerkmal des Produkts darzustellen. Aber auch die genannte Entdeckerlust ermöglicht es potentielle Kunden länger an eine zu vermarkendes Produkt heranzubringen.  Für individuelle Personen können Karten darüber hinaus auch als Kunstobjekte angesehen werden.  In dem Feld der Geoinformatik gibt es bereits Ansätze, räumliche Daten mit Storytelling zu verbinden. Diese Vorteile werden außerhalb der Geoinformatik kaum genutzt, da bei der Visualisierung von räumliche Daten Konzepte verfolgt werden müssen, die zumeist nur von Geoinformatikern umgesetzt werden. Daher haben wir in unserer Recherche kaum Beispiele von der Kombination von Storytelling und räumlichen Daten gefunden. | |