Vorinformationen

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

|  |  |
| --- | --- |
| Projektname    Storytelling mit Karten | |
| 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 und 2. personalisierte Informationen mit Storytelling und räumlichen Informationen zu verbinden. Dabei gäbe es Potentiell die Möglichkeit, zwei Pfeiler 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: Ein Wanderführerhat bisher nur eine textliche Beschreibung über den Ablauf seiner angebotenen Wanderung. Hier könnte das Potential der Visualisierung von räumlichen Daten genutzt und zusätzlich die Story der Wanderung durch attraktive Darstellungsmethoden erzählt werden.  2. Persönliche Geschichten (etwa Hochzeitseinladungen) können mit einer räumlichen Komponente interessanter gestaltet werden. | |
| Aktueller Stand  Welche Schritte habt ihr bereist unternommen, um die Idee umzusetzen? Bitte skizziert diese kurz.   Prototypen wurden erstellt, die in einer kleinen Marktanalyse getestet wurden. Hierbei wurde eine personalisierte Hochzeitseinladung erstellt (als Webseite dargestellt), um den zweiten Pfeiler (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. Folgende Bereich wären dabei interessant: Reiseagenturen oder -anbieter (z.B. Wanderführer), Journalismus, Verkauf von nachhaltigen Produkten, um die Produktionskette darzustellen, etc.  2. Individuelle Personen, die „ihre Story“ 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 Neugierde und eine Art „Entdeckerlust“.    Bei der Vermarktung von Produkten kann diese Positivität gegenüber Karten genutzt werden, um Produkten leichter und inspirierender zu erklären bzw. ein Alleinstellungsmerkmal des Produkts darzustellen. Gerade die bereits genannte „Entdeckerlust“ bei potentiellen Kunden auszulösen, könnte für die Vermarktung eines Produkts hilfreich sein. 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. Die daraus entstehenden 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 können. Daher haben wir in unserer Recherche kaum Beispiele zur Kombination von Storytelling und räumlichen Daten gefunden, die außerhalb der Geoinformatik genutzt werden. | |