

Broke n Go

1. Schlüsselpartner

OpenStreetMap (kostenlose Karten-API)
Offene Datenportale (z. B. Wetterdienste, lokale Tourismusinformationen)
Verzeichnisse lokaler Fahrradverleihe (ggf. via Web-Crawling)

2. Leistungsversprechen

Empfehlungen für günstige Routen & Fahrradtouren
Einfaches Teilen lokaler Infos (z. B. via Text-Pinnwand)
Vorstellung günstiger Restaurants und Verkehrsmittel

3. Kundenbeziehung

Einfache Community-Funktionen wie ein anonymes oder nickname-basiertes Forum
Feedback über ein Formular oder via E-Mail

4. Zielgruppe

Studierende mit geringem Budget, Backpacker, junge Menschen mit Interesse an lokalem Reisen

5. Kanäle

Uni-Communities (z. B. Schwarze Bretter, Online-Plattformen wie Jodel)
Instagram-Marketing
Mund-zu-Mund-Propaganda im Freundeskreis

6. Einnahmequellen

Primär als nicht-kommerzielles MVP-Projekt geplant
Zukünftig ggf. Einbindung von Werbebannern (z. B. über Google AdMob)
Kleine Spenden über Plattformen wie Buy Me a Coffee

7. Zusätzliche, innovative Funktionsideen

„Geheime Tipps“-Button: Zeigt nur Orte an, die von mindestens 3 verschiedenen Nutzern als „Studenten-Geheimtipp“ markiert wurden.

„Low-Budget Score“ für Orte: Orte erhalten eine Punktzahl basierend auf Preis, Beliebtheit bei Studierenden und Bewertungen.

Offline-Mode: Ermöglicht Zugriff auf Karten oder Empfehlungen ohne Internet – nützlich im Ausland.

Mini-Challenges & Belohnungen: Wer z. B. 3 günstige Orte empfiehlt, erhält ein Abzeichen oder wird auf einer Rangliste gezeigt → Community-Motivation!

Tagesbudget-Planer: Nutzer geben ein Budget ein (z. B. „20 € für den Tag“) → die App schlägt Routen, Essen und Aktivitäten innerhalb des Budgets vor.