# Stakeholder

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | **Position in Stakeholder-Matrix** | **Gruppenunterteilung der Stakeholder** |
| **intern** | Entwickler | Eng managen | Lösungs-Stakeholder des dritten Grades |
| Projektmanager | Eng managen | Lösungs-Stakeholder des dritten Grades |
| Senior Management | Eng managen | Produkt-Stakeholder |
| **extern** | Endanwender | Eng managen (auf lange Sicht) | Lösungs-Stakeholder des ersten Grades |
| Kunden (kooperierende Shisha-Bars) | Eng managen (auf lange Sicht) | Produkt-Stakeholder |
| Werbepartner | Informieren | Produkt-Stakeholder |
| App-Stores | Überwachen | Produkt-Stakeholder |

**Erläuterungen zu den Positionen in Stakeholder-Matrix:**

* **Senior Management**
  + Einfluss auf Budget und Zeitplan -> Vorgabe
  + Einfluss ob und wann Auslieferung der App -> Platzierung in den AppStores erfolgt
* **Projektmanager**
  + Verantwortung für Einhaltung Budget- und Zeitplan
* **Entwickler**
  + entscheidender Einfluss auf das Einhalten der Release-Planung durch deren Produktivität
* **Kunden**
  + große Macht, da unsere Existenz von ihnen abhängt
  + langfristig positiv gegenüber dem Projekt, da sie sonst nicht lange mit uns kooperieren werden
* **Endanwender**
  + große Macht, da ohne App-Nutzer keine Umsatzerlöse und dadurch kein Gewinn erzielt werden kann -> Gefahr einer Insolvenz bei Nichtnachkommen der Zahlungsverpflichtungen
* **Werbepartner**
  + geringer Einfluss:
    - stellen nicht unsere Haupteinnahmequelle dar
    - Kapitalbereitstellung hauptsächlich über aufgenommene Darlehen und Umsatzerlöse
    - Einfluss bezüglich Verbreitungsgrad der App
  + positiv gegenüber dem Projekt eingestellt -> andernfalls würden sie keine Werbung schalten
* **App-Stores**
  + großer Einfluss
    - Bei einem Nicht-Einhalten der Regularien wird unsere App nicht im Google-Play-Store und App-Store von Apple angeboten ->kontinuierliche Gefahr Ausschluss der App aus den AppStores Folgen: keine Nutzer, keine Umsatzerlöse, kein Gewinn, Gefahr einer Insolvenz