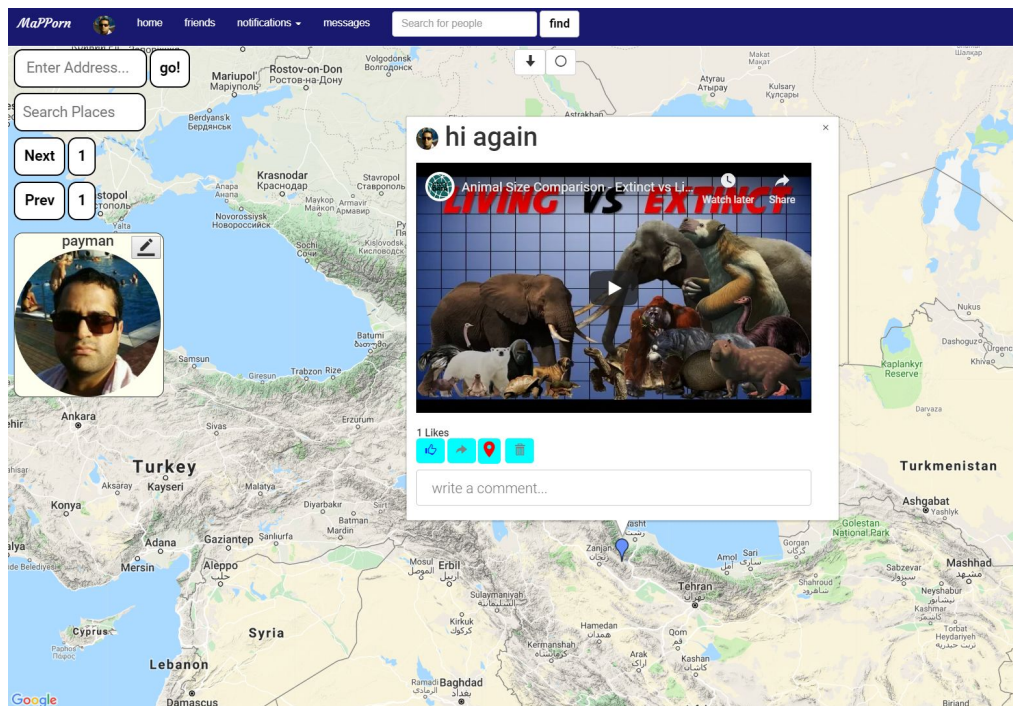


1. Geschäftsidee/Innovation

Wir bieten ein landkarten-basiertes SocialMedia, das frei auf die persönlichen und beruflichen Interessen und Anforderungen unsere User (im Rahmen unseres Angebotes) zugeschnitten werden kann.

Durch die Implementierung und Rekombination von Socialmedia Funktionen in eine landkarten-basierte App, erschaffen wir neue Funktionen für ein neuartiges Anwendungsspektrum.

Die Seite besteht aus der Landkarte und den schlanken Toolleisten in den Reitern. Alle Kommentare, Bilder, Videos (kurz, aller hochgeladener Content) werden über Marker oder Routen auf die Landkarte gepostet - der User verlässt die Landkarte bis zum Logout nicht.



So sieht ein Beispiel-Screenshot aus dem Prototyp (aktuell ohne Design)

Was unser Produkt, darüber hinaus besonders macht, sind die neuartige Werbeform, die Virtual-Map-funktion für Marker, Routen und Bereich, sowie die schnelle und präzise Verwaltbarkeit der Sichtbarkeiten des Contents durch neuartige Tools.

2. Unternehmerpersönlichkeit

a. Peyman Kheiri, Student Master of Cognitive Science:

Entwickler, Designer, Networking,

b. Georgios Polonidis, Student

Wirtschaftsingenieurwesen (Chemietechnik):

Marketing , Buchhaltung, Konkurrenz- und marktanalyse, Networking, Kunden/Tester-Akquise

c. Jan-Philip Schuman, Student Master of Information Systems:

Entwickler - Designer - Produktrecherche

Was uns fehlt:

- Ein weiterer Cofounder mit BWL-lastigem Hintergrund
- Ein weiterer Web-Entwickler

3. Marktsituation

• (Haupt) Zielgruppen:

- a. Touristen, Backpacker und Reiseinteressierte, Stadtbesucher: Rezensionsmarker,, Content der Blogger, Angebot der Lokalen Geschäfte und das Angebot der Tourismusindustrie, der Museen (...)
- b. Reiseblogger : Eigenwerbung, Followergewinnen, Nutzung der Seite als Sharing- und Blogging Tool

- c. Tourismusindustrie (z.b Reiseagenturen, Airlines, Hotels, ...): Werbung, Tools,
- d. Lokale Geschäfte mit räumlich begrenzter Reichweite: Werbemarker, Rezensionsmarker, Reservierungsmarker(...)
- e. Universitäten, Museen, Städte: Virtual-Map-Marker in Kombination mit der guten Übersicht im Grundprodukt erlauben es, ein sehr diverses Angebot/viele (wichtige) Informationen den Besuchern, Studenten, Besucher (...) auf einem Blick ersichtlich und so detailliert wie gewünscht im räumlichen und zeitlichen Kontext, sowie stark visualisiert darzustellen.

Es gibt eine Vielzahl verschiedener kleiner Wettbewerber im Hinblick auf einige Grundfunktion (dem platzieren von Markern auf einer Karte), allerdings keine für die meisten Tools :

Virtual Map Marker (blendet bei Klick eine weitere Karte ein, die der User oder Kunde vorher mithilfe der von uns bereitgestellten Legende bearbeiten oder erstellen konnte. Nützlich bei Eventplanung, für Kommunen, und allen in den erwähnten Zielgruppen (...)).

Den Rezensionsmarker (verifiziert den Standort und die Uhrzeit und verleiht Rezensionen/Reiseberichten so mehr Authentizität), die Livemarker und Liverouten-funktionen und viele weitere, deren vollständige Auflistung mit Kurzbeschreibung den hiesigen Rahmen sprengen würde.

4. Chancen und Risiken

Große etablierte Soziale Netzwerke sind derzeit dabei User an die weniger monetarisierte Konkurrenz zu verlieren.

Eine Vielzahl an stark spezialisierten Apps verbraucht wertvollen Speicherplatz auf mobilen Geräten - diese werden daher oft nach einiger Zeit wieder gelöscht.

Durch die große Bandbreite an potenziellen Anwendungsmöglichkeiten unserer Tools sind die Erschließung vieler Nischen und daher ein beachtliches Wachstum möglich.

Es gibt eine Vielzahl von verschiedenen Risiken und anderen Problemen, auf die meisten können wir durch die von Natur aus große Flexibilität und Bandbreite unseres Produktes reagieren.

5. Wirtschaftlichkeit

Da wir neben der Möglichkeit über einen Marker bei uns zu werben, außerdem noch verschiedene Tools anbieten, haben wir viele verschiedene Möglichkeiten Geld zu verdienen - (Abosystem und/oder Inappkäufe einer App und Werbefinanzierung eines SocialMedia) und können uns daher, theoretisch, die preiswerteren Inappkäufe/abobeiträge und weniger aggressive Werbung leisten.

Ein weiterer Vorteil wäre das bisher unerwähnt gebliebenen Tag-systems für Werbung (hierüber bestimmt der Nutzer selbst welcher Content und welche Werbung ihm angezeigt wird) und die von Natur aus standortbezogene Natur der Werbemarken. Dies sorgt zwar für weniger clicks, verringert dafür aber auch die Gefahr einer Antiwerbung und sorgt für weniger Streuung und mehr Käufe pro Click, was für eher kleine Werbetreibenden, die nur in einem bestimmten Umkreis sinnvoll werben können, interessant sein sollte.