

A black and white portrait of a man with a full, dark beard and mustache, wearing thin-rimmed glasses and a dark sweater. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a plain, light color.

Von der Vision zum App-Konzept

**EIN LEITFADEN FÜR
"NICHT-ENTWICKLER"**

x-root Software GmbH

VON DER VISION ZUM APP-KONZEPT

Ein Leitfaden für “Nicht-Entwickler”

Von:

Katharina Korotcenko, x-root Software GmbH (www.x-root.de)

Januar 2022

In diesem Leitfaden wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint, soweit es für die Aussage erforderlich ist.

01.DIE ANALYSEPHASE

Ideenanalyse deiner Vision

Zieldefinition

Markt- und Wettbewerbsanalyse

Zielgruppenanalyse und User-Rollen

02.DAS BUSINESS

Unternehmensgründung für eine App

Finanzierungsmodell & Businessplan

Monetarisierung

Rechtliche Hürden bei der Realisierung einer App-Idee

- App-Idee schützen und Nutzungsrechte sichern

- Datenschutz personenbezogener Daten

- Datenschutzerklärung & Impressum

- Besonderer Schutz für Kinder bei externen Apps

03.DIE APP IM DETAIL

Funktionsbeschreibung mithilfe von User Stories

Vom User Story Katalog zum Backlog – und das MVP

App-Design

04.DIE TECHNIK

App-Arten und Programmiersprachen

Backend, Schnittstellen & Datenbanken

05.DIE APP-ENTWICKLUNG

06.DAS DEPLOYMENT UND MARKETING

App-Store-Optimierung (ASO)

App-Marketing

Analysetechniken

Ein paar erste Worte...

“ „Ich würde gerne eine App entwickeln lassen – nur habe ich keine Ahnung, wo ich anfangen soll.“ – Jemand, der nicht weiß, wo er anfangen soll

So oder so ähnlich klang der Hilferuf eines App-Visionärs, der bei uns Rat suchte. Nicht der Einzige – denn tatsächlich ist es gar nicht so einfach, eine App von A wie „Auf geht ´s“ bis Z wie „Zaubert Ihr bitte noch etwas Code für ein neues Feature?“ auf virtuelle Beinchen zu stellen.

Aber hey, dafür sind wir da – wir haben in diesem „Heiligen Gral der Prä-App-Entwicklung“ niedergeschrieben, woran du bei der Realisierung deiner App-Idee denken solltest.

Der Leitfaden als Multifunktionswerkzeug!

Sieh diesen Leitfaden als eine Art Schweizer Messerchen für die Aufbereitung deiner App-Idee.

Wir klappen auf und schauen, was im Leitfaden steckt:

- ein Wegbegleiter für dein Grobkonzept,
- eine Informationssammlung,
- eine Inspirationsquelle,
- ein Motivationsversuch
- und eine Sammlung zahlreicher Vorlagen und Muster in Form von „Hands On“-Abschnitten.

Idealerweise hast du mit diesem Leitfaden ein Instrument an der Hand, mit dem du es garantiert schaffst, ein Grobkonzept für deine App aufzubauen, um Arbeitgeber, zukünftige User und Investoren von deiner Idee zu überzeugen. Ach ja, und damit – mindestens genauso wichtig – gleichzeitig dem App-Entwickler deines Vertrauens genau zu verstehen gibst, was du von deiner zukünftigen Anwendung erwartest.

Selber machen oder machen lassen?

Auf deiner Reise von der App-Vision zur fertigen App wirst du oft vor der Entscheidung stehen: Alleine machen oder einen Experten hinzuholen.

Von der Konzeption bis hin zur Vermarktung wird es x Berater geben, die dir unter die Arme greifen können. Erfinderberater-Asse, Überkreativ-Agenturen, Steuerfach-Spitzenköhner, Codemeister, Marketing-Gurus... Du kannst (fast) alles auslagern. Fast. Denn nennen wir das Kind beim Namen: Du bist der Chef, du hast die Entscheidungsgewalt und du solltest einige Dinge in der Hand haben – und auch behalten.

Wichtig ist es, deine eigenen Fähigkeiten, dein Budget und vor allem deine verfügbare Zeit gut einzuschätzen, um eine Balance zwischen Alleingängen und Partnerschaft zu finden.

Von der Vision zum App-Konzept

Von der Vision zum App-Konzept, so lautet der Titel dieses Leitfadens. Doch für was überhaupt ein App-Konzept?

Ein Konzept ist der Bauplan für deine Applikation. Ein in Worte gefasster Entwurf deiner App.

Je mehr du dein Konzept mit Informationen fütterst, desto klarer wird dir deine Vision erscheinen. Somit haben wir bereits einen ganz großen Vorteil eines Konzeptes:

Die Reflexion und die Visualisierung deiner Idee.

Und es gibt noch mehr:

- ☒ Vereinfachung der Kommunikation zwischen dir und möglichen Investoren
- ☒ Vereinfachung der Kommunikation zwischen dir und Entwicklern
- ☒ Grundlage für eine grobe Kostenschätzung
- ☒ Grundlage für die Erarbeitung eines MVPs (Minimum Viable Product)
- ☒ Kosteneinsparungen aufgrund vorher festgelegter Funktionen
- ☒ Schaffung eines einheitlichen Bildes des Projektes über alle Schnittstellen hinweg

Wir wollen ehrlich sein. Die Erarbeitung deines Bauplans bedeutet in erster Linie Arbeit für dich. Aber vertraue uns – es wird sich lohnen! Und ganz ehrlich. Eigentlich... funktioniert's nicht ohne.

Inhalte eines App-Konzeptes

Ein App-Konzept sollte allerdings mehr, als nur die grobe Beschreibung deiner Idee beinhalten. Das gilt vor allem, wenn die App irgendwann einmal zu deinem Kerngeschäft werden soll.

Folgende Punkte sollte ein Konzept abdecken:

Eine Analyse

- Ideenanalyse deiner Vision
- Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Zielgruppenanalyse

Dein Business

- Business-Beschreibung
- Finanzierungs-Modell
- Monetarisierungs-Modell

Die App im Detail

- Funktionsbeschreibung
- App-Design

First Things First! Lass uns im ersten Schritt, der Analysephase, einen Blick auf deine Idee werfen!

01

**Die
Analyse-
phase**



DIE ANALYSEPHASE

Wenn du eine App entwickeln (lassen) möchtest, dann tätigst du eine Investition.

Eine Investition der ganz besonderen Art!

Du investierst Zeit und Geld in eine Anwendung, die das Leben deiner Zielgruppe schöner machen soll.

Und was ist naheliegender und wichtiger, als sich vor einer großen Investition über alles zu informieren, was Auswirkungen auf dein großes Projekt haben kann? Lass uns anfangen!



“*„Eine Idee muss nicht neu sein, aber sie muss besser sein.“* –
Jörg Naujoks,
Geschäftsführer der
x-root Software GmbH

IDEENANALYSE DEINER VISION

Selbstreflexion – der erste Schritt!

Weißt du denn, ob deine Idee neu ist?
Weißt du, ob deine Idee besser ist?
Nein?

Dann los! Das ist deine allererste Aufgabe als Product Owner in spe!

Übrigens! Der Begriff Product Owner (deutsch: Produkteigentümer) kommt aus dem Scrum-Bereich. Scrum ist ein Vorgehensmodell des Projektmanagements, das insbesondere bei der Softwareentwicklung Verwendung findet.

Der Product Owner gehört neben dem Scrum Master und dem Entwickler-Team zu den wichtigsten Akteuren im App-Entwicklungsprozess. Er leitet das Team durch seine Vision, überprüft alle Fortschritte und testet, testet, testet! Er steuert das Projekt funktionsbezogen ins Ziel!

Bei deiner Analyse führt dich kein Weg an bestehenden Suchmaschinen vorbei. Versuche deine Idee in einer knappen Kernaussage auf das wesentliche zu reduzieren und schaue mal, ob nicht jemand bereits die gleiche oder eine ähnliche Idee hatte.

Dein nächster Stopp: Der App Store. Gibt es bereits eine App, die im Kern deine Idee bereits aufgegriffen hat? Und last but not least: Sprich mit deinen Liebsten und mit Personen deines Vertrauens. Ist deine Idee gut greifbar für deine Mitmenschen? Was sagen sie dazu? Würden sie deine App nutzen?

Von der Vision zum App-Konzept

Ach, an dieser Stelle: Versuche deine Idee möglichst knapp zu erklären. Kannst du deine eigene Idee nämlich nicht in einem „Elevator Pitch“ kurz und knackig wiedergeben, wie sollen dir dann Dienstleister, Partner helfen und schlussendlich deine User/Kunden verstehen, was du ihnen bietest?

Hast du dir erst mal einen groben Überblick verschafft, kannst du deine Idee einfach und schnell erklären und hast die ersten Versuchskaninchen erfolgreich befragt, weißt du schonmal, dass du auf dem richtigen Weg bist. Es wird Zeit zu überlegen, was du auf deinem Weg erreichen möchtest.

ZIELDEFINITION

Natürlich ist dein vorrangiges Ziel, eine App auf den Markt zu bringen.
Und dann? Was möchtest du mit deiner App erreichen?

Was sind deine persönlichen Ziele?

- Karriere (z.B. Unterstützung deines Unternehmens mit einer App als Teil einer Digitalisierungsstrategie)
- Existenzgründung (in dem Fall wird das Kapitel „Das Business“ besonders interessant für dich sein)
- App-Aufbau mit anschließendem Verkauf
- Passives Einkommen
- Wohltätigkeit
- Hobby
- ...

Fairerweise sollte an dieser Stelle bereits gesagt sein: Möchtest du dich als Product Owner einer App als Hobby versuchen und deine App von professionellen Entwicklern schreiben lassen, weil es dir einfach danach ist, dann solltest du dir das wirklich genau überlegen.

Die Entwicklung einer App ist ein Fulltime-Job, der nicht nur dich, sondern viele andere Akteure beschäftigen wird. Es ist zeit- und kostenintensiv. Sei dir daher deiner Ziele stets genau bewusst!

Versuche deine Ziele möglichst genau zu formulieren!

So nicht! Geld mit der App verdienen.

Besser so! Bis zum Ende des Jahres 2023 sollen sich die angefallenen Kosten von 60.000€ über In-App-Einnahmen amortisiert haben.

Von der Vision zum App-Konzept

Business-Ziele formulieren wir **SMART**.

- S** = Spezifisch
- M** = Messbar
- A** = Attraktiv/Akzeptierend
- R** = Realistisch
- T** = Terminiert

Bei der Formulierung deiner Ziele solltest du nicht zu schwammig sein – sage konkret, was du erreichen möchtest. Setze dir einen realistischen Zeitrahmen. Dass du mit dem Erlös der App in wenigen Tagen deine Kosten deckst, ist unwahrscheinlich. Sei ehrlich zu dir! Gib dir einen realistischen Zeitrahmen, dein Ziel zu erreichen.

JETZT DU!

Formuliere zunächst dein persönliches Ziel und anschließend dein Business-Ziel SMART.

Übrigens! Behalte die Zielformulierung stets im Kopf – sie kann dir z.B. auch in Zukunft helfen, Klarheit über deine Pläne und Ziele geben.

Ist die App fertig und dein Ziel erreicht, so kannst du neue Ziele formulieren:

- In einem Usability-Test soll bis Ende des Folgejahres die Usability von 80% der User als „Sehr gut“ eingestuft werden.
- Bis Ende des Folgejahres sollen die 5-Sterne Bewertungen im Play-Store um x% steigen.

MARKT- UND WETTBEWERBSANALYSE

Dieser Teil deiner Analyse erfordert etwas mehr Recherche, denn hier musst du den Markt betrachten und auf zukünftige Marktentwicklungen eingehen.

Ich weiß, das hört sich mühselig an. Aber es ist für den Erfolg deiner App essentiell, zu wissen, wie sich der Markt verhält. Gibt es überhaupt bereits einen Markt für deine Idee? Wieviel Wettbewerb tummelt sich in diesem Markt?

Versuche, folgende Fragen zu beantworten:

- Wie groß ist das Marktvolumen?
- Wie viele Wettbewerber tummeln sich auf dem Markt?
- Wer sind die 3 gefährlichsten Konkurrenten auf dem Markt?
- Wie hat sich der Markt in den letzten 5 Jahren entwickelt?
- Wie wird sich der Markt in den nächsten 5 Jahren entwickeln?
- Was sind die wichtigsten Faktoren für zukünftige Entwicklungen?
- Was ist dein größter Wettbewerbsvorteil?

Die Marktgröße beschreibt den Umsatz, der in einer gewissen Zeit in deinem Zielmarkt erwirtschaftet wird. Um die Marktgröße bestimmen zu können, kannst du auf vorhandene Branchendaten zurückgreifen, vielleicht musst du aber auch schätzen.

Das Marktvolumen beschreibt den Absatz einer Produktgruppe oder Branche auf deinem definierten Markt – also in deinem Fall auf dem App-Markt in einer bestimmten App-Kategorie. Das Marktvolumen brauchst du zur Berechnung des Marktanteils.

Die Größe der Zahlen und die Antworten auf die oben genannten Fragen müssen selbstverständlich im direkten Zusammenhang zu deiner App-Idee stehen und sind von Projekt zu Projekt individuell zu betrachten.

Die Beantwortung dieser Fragen ist nicht nur für dich höchst relevant – es wird sich auch jeder Investor dafür interessieren!

Ein weiterer Teil der Marktanalyse ist die Zielgruppenanalyse. Da wir das für einen besonders wichtigen Teil der Analyse halten, haben wir der Zielgruppenanalyse ein eigenes Kapitel gewidmet.

ZIELGRUPPENANALYSE UND USER-ROLLEN

Zielgruppenanalyse! Absolutes Lieblingsthema. Denn deine Zielgruppe ist dein Erfolgsfaktor!

Hierbei ist es wirklich nicht von Bedeutung, ob du eine firmeninterne App erstellen möchtest, oder ob du deine App der „breiten Masse“ zur Verfügung stellen möchtest: Du möchtest, dass deine App verwendet wird.

Also gestalte deine App so, dass sie für deine Kern-Zielgruppe einen Mehrwert bietet.



Und noch besser: Sorge dafür, dass dieser Mehrwert absolut einzigartig ist.

Als ein Alleinstellungsmerkmal, auch eine Unique Selling Proposition (USP), wird vor allem im Marketing und in der Verkaufspsychologie das eine herausragende Leistungsmerkmal bezeichnet, das dich eindeutig von deiner Konkurrenz abhebt.

Es muss von deiner Kernzielgruppe eindeutig wahrgenommen werden und vom Wettbewerb nicht leicht einholbar sein. Du möchtest ja nicht eine Mega-App entwickeln, nur damit ein halbes Jahr später ein Konkurrent genau dasselbe macht und mit einem größeren Marketing-Budget den Markt für sich vereinnahmt.

Von der Vision zum App-Konzept

Deine Zielgruppe beschreibst du in erster Linie und am besten mithilfe ihrer Ziele und ihrer demographischen Merkmale.

Zu den demographischen Merkmalen gehören folgende Punkte:

- Wohnort
- Geschlecht
- Alter
- Familienstand
- Berufsgruppe
- Bildung
- Nationalität
- etc.

Achtung! Deine **Kern-Zielgruppe ist nicht immer die einzige User-Gruppe** der Anwendung. Oftmals reicht es nicht, sich allein um eine User-Gruppe Gedanken zu machen!

Von der Kernzielgruppe zu den User-Rollen:

Mithilfe sogenannter User-Rollen können zukünftige „Muster-User“ definiert werden. Diese werden dir vor allem in der späteren Funktionsbeschreibung – insbesondere beim Schreiben sogenannter User Stories – extrem helfen. Denn User ist nicht gleich User.

Ein kleines Beispiel zum besseren Verständnis: Deine Kernzielgruppe „berufstätige Mütter“ kann sich in der User-Rolle des „Kunden“ über eine andere Maske registrieren und bekommt andere Funktionen zur Verfügung gestellt als die zweite Zielgruppe „nachhaltige Unternehmen“ in der User-Rolle „Verkäufer“.

Ein weiteres Beispiel wäre die User-Rolle „Administrator“, die z.B. auf alle Funktionen und das Backend Zugriff hat. Eine User-Rolle „Autor“ hat vielleicht nur begrenzt Zugriff aufs Backend, um bestimmte inhaltliche Änderungen vornehmen zu können.

Jede User-Rolle hat eigene Ansprüche, Bedürfnisse und benötigt in einem anderen Umfang Zugriff auf die Applikation, jede Rolle verfügt somit auch über andere Rechte. Bestimmte User-Rollen können auch über eingeschränkte Rechte verfügen – z.B. falls die App in der Basic-Version ohne Registrierung nutzbar ist.

Von der Vision zum App-Konzept

JETZT DU!

Zähle alle User-Rollen für deine App auf und beschreibe deren Funktion. Ergänze zusätzlich um den Umfang der Zugriffsrechte auf die Applikation– unterscheide hierbei zwischen „Voller Zugriff“, „Teilzugriff“ und „kein Zugriff“.

USER-ROLLE	FUNKTION	ZUGRIFF
Administrator	Nutzerverwaltung und Administration	Voller Zugriff

Bei dieser User-Rolle handelt es sich um meine Kernzielgruppe:

Folgendes Ziel verfolgt meine Kernzielgruppe/Folgendes Problem meiner Zielgruppe soll meine App lösen:

Diesen Mehrwert biete ich meiner Kernzielgruppe und durch dieses Alleinstellungsmerkmal hebe ich mich von der Konkurrenz ab:

02

Das Business

—

Von der Vision zum App-Konzept

Nun, da du einen ersten Einblick in dein Projekt bekommen hast, möchten wir mit einem kleinen Exkurs einen Blick aus der Vogelperspektive auf dein Projekt werfen.

Es steckt eine große Vision hinter deiner Idee und die Erreichung deiner Ziele dauert Zeit und braucht viel Aufmerksamkeit. An dieser Stelle solltest du dich vielleicht – falls noch nicht geschehen – folgendes fragen:

„Ist es für mich sinnvoll, ein Unternehmen zu gründen?“

Vielleicht hast du bereits bei der Ideenanalyse deiner App-Idee festgestellt, dass deine Ziele über ein Hobby oder eine Wohltätigkeit hinaus reichen? Siehst du vielleicht die App als Dreh- und Angelpunkt – oder zumindest als Teil – deines Business? Dann lies jetzt weiter!

Übrigens: Hobby-Entwickler - nicht so schnell überspringen! Für dich könnte auch der eine oder andere Punkt des Kapitels interessant sein.

Auch, wenn du von deinem Arbeitgeber den Auftrag bekommen hast, eine App entwickeln zu lassen, demnach also für dich keine Gründung in Frage kommt, wird dir das nächste Kapitel hoffentlich gute Ansatzpunkte liefern und einige Fragen beantworten können!

UNTERNEHMENSGRÜNDUNG FÜR EINE APP

Ein App-Projekt braucht vor allem vom Gründer viel Zeit.

10% Inspiration, 90% Aktion!

Du hast den Spirit – der Unternehmergeist lodert in dir und du hast DIE Idee, die das Leben deiner Zielgruppe so viel schöner machen wird.

Dann stelle deine Vision auf professionelle Beine. Hierzu musst du vor allem bei der Firmengründung auf die Wahl der richtigen Rechtsform achten. Es ist wichtig, sich zuerst einen Überblick über unterschiedliche Rechtsformen zu verschaffen, denn die Wahl der Rechtsform hat eine enorme Tragweite.

Kleiner Denkanstoß: Selber machen oder machen lassen.

Auch hier gilt wieder: Überleg dir gut, ob du das selbst in die Hand nehmen möchtest oder doch lieber einen Experten zurate ziehst.

Mögliche Ansprechpartner bei der Unternehmensgründung wären: Berater der Industrie- und Handelskammer (IHK) oder ein Steuerberater.

Hier haben wir schon mal einen Überblick über die unterschiedlichen Rechtsformen:

PERSONENGESELLSCHAFT

Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)

Offene Handelsgesellschaft (OHG)

Kommanditgesellschaft (KG)

Partnerschaftsgesellschaft

KAPITALGESELLSCHAFT

Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)

Aktiengesellschaft (AG)

Kommanditgesellschaft auf Aktien (KGaA)

Unternehmergesellschaft (UG)

Von der Vision zum App-Konzept

Die Unterschiede liegen vor allem in der Haftung und aber auch in der Besteuerung. Deswegen sollte die Wahl gut durchdacht sein!

Deine Anlaufstelle zu diesem Thema könnte z.B. die IHK sein. Diese bietet spezielle Online-Mentoring-Programme für Existenzgründer.

Neben einer Beratung hinsichtlich einer passenden Geschäftsform können auch Gründercoaches umfangreiche Beratung beim Businessplan oder der Finanzierung bieten. Also auch ein Gründercoach oder Existenzgründungsberater kann dir an dieser Stelle helfen.

An dieser Stelle nicht zu vergessen, sich **schonmal Gedanken über den passenden Firmennamen** zu machen!

Firmenname! Hier ist deine Kreativität gefragt. Aber Vorsicht! Es gibt auch Regeln, die du bei der Namensgebung beachten musst. So darfst du mit deinem Firmennamen z.B. keine gewerblichen Schutzrechte verletzen. Im Klartext heißt das, du darfst keinen Namen wählen, bei dem es sich um eine eingetragene Wortmarke handelt (oder einen Namen, der eine sehr starke Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Wortmarke hat). Außerdem möchtest du vielleicht auch nicht unbedingt einen Firmennamen wählen, der bereits umfangreich von anderen genutzt wird...

FINANZIERUNGSMODELL & BUSINESSPLAN

Eine jede Unternehmensgründung ist mit einem Kapitaleinsatz verbunden. Auch bei der App-Entwicklung kommt ganz schnell die Frage nach den damit verbundenen Kosten auf.

Vor allem bei umfangreichen App-Projekten können die Kosten, je nach Art der Anwendung und nach Funktionen, auch mal in den sechsstelligen Bereich rutschen.

Wenn du also die auf dich zukommenden Kosten nicht selbständig decken kannst, musst du dir Gedanken um ein passendes Finanzierungsmodell machen.

Als Finanzierung bezeichnet man im betriebswirtschaftlichen Sinne die Bereitstellung von Kapital. Es gibt unterschiedliche Finanzierungsarten und -formen.

Diese Möglichkeiten hast du, um dein Start-Up zu finanzieren:

1. Kreditfinanzierung bei der Bank

Hierbei leihst du dir das Geld von der Bank und zahlst es dann im Rahmen eines Kreditvertrages mit Zinsen zurück.

2. Kreditfinanzierung bei Investoren

Investoren unterstützen dich mit einer bestimmten Summe und verlangen im Gegenzug meistens Anteile am Unternehmen und ggf. Mitspracherecht.

3. Inkubatoren

Inkubatoren sind wie Investoren mit einem kleinen Plus: sie stellen neben dem Kapital auch Räume für die Arbeit und ihr Fachwissen bereit. Oft handelt es sich dabei um Unternehmen, die bereits eine gute Expertise vorweisen können und nicht nur als Kapitalgeber, sondern auch als Mentor fungieren. Ganz ähnlich hierzu verhält es sich mit Acceleratoren.

4. Crowdfunding

Frage Leute, ob sie sich an deiner Idee beteiligen möchten! Es gibt zahlreiche Crowdfunding-Portale im Internet. Dort stellst du dein Projekt vor und Interessenten können dir kleine Beträge zahlen. Hierbei kannst du den Investoren als Gegenleistung Unternehmensanteile anbieten oder ihnen deine App als Dankeschön kostenlos zur Verfügung stellen.

Ein mögliches Sprungbrett können übrigens auch Förderprogramme sein. Solche Programme werden entweder auf Bundes- oder Länderebene ausgeschrieben und können unter anderem digitale Projekte wunderbar unterstützen! Stichwort: Innovationsförderung oder Digitalisierungsförderung.

Achtung! Nicht nur, aber vor allem dann, wenn du dich entscheidest, auf Fremdkapital-Jagd zu gehen, benötigst du einen Business-Plan.

Der Business-Plan ist ein wichtiges Werkzeug bei der Gründung deines Unternehmens.

Der Business-Plan ist eine ausführliche Beschreibung deines Geschäftsvorhabens und ist essentiell für die Vorstellung bei Investoren, Banken und aber auch für dich selber!

Hauptbestandteil deines Business-Plans sollte ein Finanzplan sein, in dem du offen darlegst, wieviel Kapital du benötigst (inkl. Umsatzplanung, Betriebs- bzw. laufende Kosten etc.). Hierbei möchten vor allem Investoren oft wissen, ab wann du mit einer schwarzen 0 rechnest bzw. sogar Gewinn machst – und wie hoch er ausfallen könnte.

Weitere Bestandteile eines Business-Plans sollten sein:

- Informationen über den/die Gründer
- Beschreibung der Geschäftsidee
- Beschreibung des Marktes und des Wettbewerbes
- Beschreibung des Marketings und des Vertriebs
- Rechtsform
- Chancen und Risiken

Du merkst, hier tauchen schon einige Punkte aus den vorherigen Kapiteln auf! Du hast deine Geschäftsidee in Worte gegossen und deine Ziele formuliert, du hast dir schon Gedanken zum Markt und zum Wettbewerb gemacht und du weißt vielleicht schon, welche Rechtsform du wählen wirst.

Um deine Chancen und Risiken zu analysieren, habe ich hier noch einen Tipp für dich! Mache eine SWOT-Analyse.

SWOT steht für Stärken (Strengths), Schwächen (Weaknesses), Chancen (Opportunities) und Risiken (Threats).

Eine SWOT-Analyse ist ein Tool zur strategischen Unternehmensplanung und sie wird dir dabei helfen, Handlungsfelder zu finden und eine Strategie zu entwickeln. Dargestellt wird die SWOT meistens in einer Matrix.

- **Stärken:** Merkmale, die im Wettbewerb ein Vorteil sind, wie z.B. innovatives Datenmanagement, schnelle Dienstleistung, einfache und schnelle Kommunikation...
- **Schwächen:** Merkmale, die im Wettbewerb ein Nachteil sind, wie z.B. Abhängigkeit vom Partner, aufwändiger Ablauf, geringe Einnahmen, schwerer Markteintritt...
- **Chancen:** Faktoren und Merkmale im Umfeld oder im Markt, die für das Unternehmen ein Vorteil sein können, wie z.B. aktuelle Trends, Veränderung im Kundenverhalten...
- **Risiken:** Faktoren und Merkmale im Umfeld oder im Markt, die für das Unternehmen von Nachteil sein können, wie z.B. gesetzliche Änderungen, einfacher Markteintritt für Konkurrenten...

Von der Vision zum App-Konzept

JETZT DU!

Schreibe hier in dieser Matrix die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken deiner Geschäftsidee auf.

Tipp: Stärken und Schwächen stellen dabei rein interne Faktoren dar, also Merkmale, die unabhängig vom Markt oder Wettbewerb gut bzw. schlecht laufen / laufen könnten.
Chancen und Risiken hingegen stellen rein externe Faktoren dar.

STÄRKEN	SCHWÄCHEN
CHANCEN	RISIKEN

Welche Schlüsse kannst du aus deiner SWOT-Analyse ziehen? Und wie kannst du deine Stärken und Chancen ausbauen bzw. vergrößern und deine Schwächen und Risiken minimieren?

MONETARISIERUNG

Wusstest du, dass sich die wörtliche Bedeutung des Hauptwortes Monetarisierung mit „Umwandlung in Geld“ wiedergeben lässt?

Klar! Wichtiges Stichwort im ganzen Planungsprozess rund um eine App!

Sehen wir uns doch mal an, welche Möglichkeiten du hast, mit deiner App Geld zu verdienen:

1. Verkauf der Idee/der App/des Geschäftes

Absoluter Ausbau der Idee bis zur Erreichung einer großen Marktmacht und anschließender Verkauf der App – oder der Firma – an einen großen Investor. (Hmm... langer Weg, aber so schon durchaus mal vorgekommen!)

2. Vermittlungsgedanke „Third Party Modell“ und Provisionen

Gibt es eine Möglichkeit, deine App für Drittanbieter zu öffnen und „Miete“ für den Platz in deiner App zu verlangen?

3. Kostenpflichtiger Download

Das erklärt sich von alleine. Nachteil hierbei: viele User sind nicht bereit, für eine App zu zahlen – bedenke das in deinem Marketing und kommuniziere ganz klar deine Alleinstellungsmerkmale!

4. Freemium-Modell der App

Freemium ist ein Kunstwort zusammengesetzt aus „Free“ und „Premium“. Neben der kostenlosen Basis-Version deiner App können deine User gegen einen Aufpreis die Premium-App erwerben bzw. spezielle Funktionen freischalten lassen.

5. Werbenetzwerke, Werbebanner von Drittanbietern und Affiliate Programme

Fast jeder große Shop bietet ein Affiliate-Programm an – auch für Apps ist das Angebot mittlerweile groß und gut. Außerdem gibt es Unternehmen, die sich speziell auf Mobile Advertising spezialisiert haben – das wäre einen Blick wert!

6. Inn-App-Purchase-Modell

Der Vorteil: keine „nervige“ Drittanbieterwerbung innerhalb der App. Du bietest deinen Usern regelmäßig kleine Häppchen in Form von Zusatzfunktionen an. Das können entweder Funktionen sein, die die Anwendung ergänzen oder den User innerhalb deiner App (z.B. in Games) weiterbringen. Übrigens schön zu verbinden mit einem Belohnungssystem!

RECHTLICHE HÜRDEN BEI DER REALISIERUNG EINER APP-IDEE



In all dem Enthusiasmus über eine tolle App-Idee werden rechtliche Fragen oft ganz hintenangestellt. Achtung! Bitte die im Folgenden beschriebenen Themen ausschließlich als Denkanstöße nehmen. Wir sind mit Herz und Seele Entwickler und keine Juristen. Solltest du Fragen zum Thema haben, wende dich bitte an einen Profi!

APP-IDEE SCHÜTZEN UND NUTZUNGSRECHTE SICHERN

Die schlechte Nachricht zuerst: Die reine App-Idee kann quasi nicht geschützt werden.

So steht im § 69a Abs. 2 Satz 2 des Urheberrechtsgesetzes (UrhG):

„Ideen und Grundsätze, die einem Element eines Computerprogramms zugrunde liegen, einschließlich der den Schnittstellen zugrundeliegenden Ideen und Grundsätze, sind nicht geschützt.“

Von der Vision zum App-Konzept

Info: Dass die App-Idee an sich rechtlich nicht geschützt werden kann, sorgt natürlich ordentlich für Zurückhaltung bei Gesprächen mit potenziellen Projekt-Partnern. Die Angst, jemand könnte die eigene Millionen-Idee klauen, ist groß.

ABER und hier kommt das ABER in Großbuchstaben: Wenn du Partner mit ins Boot holen musst (sei es ein Designer, ein Entwickler oder vielleicht sogar ein Investor), kommst du nicht drum herum, deine Idee zu teilen.

Seriöse Dienstleister werden sehr vertrauensvoll mit deiner Vision umgehen und deine Idee für sich behalten und sie auch nicht ohne dich weiter ausbauen. Gegenseitiges Vertrauen gehört schließlich zu einer guten Geschäftsbeziehung.

Aber lass uns nun mal auf den Teil der App schauen, der, im Gegensatz zu der Idee selbst, Schutz durch das Urheberrecht genießt: das linguistische Sprachwerk aka der Code!

Die App als „Computerprogramm“ bzw. als Software genießt, im Gegensatz zur Idee, einen Schutz durch das Urheberrecht. Der Schutz bezieht sich rein auf den Code der Anwendung.

Aber (schon wieder eins...). **Urheber einer App ist die Person, die den Code geschaffen hat. Sind mehrere Personen an der Entwicklung beteiligt, gelten diese gemeinsam als Miturheber des Codes.** ([Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz und das Bundesamt für Justiz, 2021](#))

Uff. Harter Tobak. Die Idee schwer zu schützen, der Code unterliegt laut Urheberrecht dem Entwickler... Wie kann man denn nun sichergehen, dass der Dienstleister morgen nicht mit der fertigen App über alle Berge ist?

Das Zauberwort ist: Nutzungsrecht.

Tipp: Solltest du deine App also auswärts entwickeln lassen, achte darauf, dass du dir das Nutzungsrecht am Code sicherst!

Das uneingeschränkte Nutzungsrecht besagt, dass du den Code nicht nur ausgeliefert bekommst, sondern ihn örtlich und zeitlich ungebunden, nach deinem Ermessen nutzen und auch verändern darfst.

Von der Vision zum App-Konzept

Ich verrate dir an dieser Stelle auch, warum das Nutzungsrecht das wichtigste und für dich wertvollste Instrument ist.

1. Betreffend den Schutz der Idee:

So unglaublich es auch klingen mag: meistens ist eine scheinbar einzigartige Idee gar nicht so einzigartig. In einer Welt, in der Digitalisierung, Chancengleichheit und Transparenz herrscht (was ganz wunderbar ist!), gibt es keine Garantie, dass nicht jemand dieselbe Idee hat oder deine Idee eben mal schnell nach Veröffentlichung deiner App klaut. Die Idee selbst ist nur ein Teil des Weges. Immer BESSER zu sein als jemand anderes, sich stetig neu zu erfinden und seine Idee auszubauen und aktuell zu halten, das ist das Erfolgsgeheimnis.

2. Betreffend das Urheberrecht:

Folgendes schreibe ich aus vollster Überzeugung: der seriöse App-Entwickler, der bereits Jahre auf dem Markt etabliert ist, ist nicht dein Feind. Er möchte dir nicht deine Idee klauen und damit an Reichtum, Macht und die Weltherrschaft kommen.

Sein Interesse ist, sein eigenes Handwerk auszuüben und dir dabei zu helfen, deiner Vision näher zu kommen. Darin hat er bereits sein eigenes Business, seine Bestimmung gefunden.

3. Betreffend das Nutzungsrecht:

Das Nutzungsrecht ist der Schlüssel, den du benötigst, um die Tür zur Differenzierung vom Wettbewerb und Nachahmern zu öffnen. Nutze Erfahrung, User-Feedback und die eigene Kreativität, um deine App auszubauen, zu perfektionieren und im Wettbewerb immer einen Schritt voraus zu sein.

Ok, zum Abschluss noch eine weitere Sache, die tatsächlich auch rechtlich geschützt werden kann: **die Wortmarke.**

Die Voraussetzung für den Markenschutz ist allerdings die Unterscheidungskraft zu anderen Marken (der Namen „Die Marktplatz-App“ wird wohl eher schwieriger zu schützen sein!).

DATENSCHUTZ PERSONENBEZOGENER DATEN

Es gibt kaum eine App, in der keine Daten verarbeitet werden. Du kannst fast davon ausgehen, dass die praktischsten Apps mit den Funktionen, die dein mobiles Leben erheblich einfacher machen, Zugriff auf viele deiner Daten haben.

Doch keine Sorge, das ist vollkommen in Ordnung, solange alles im gesetzlichen Rahmen bleibt. Warum das jetzt wichtig ist? Auch du wirst wahrscheinlich mit deiner App Daten verarbeiten müssen. Und das heißt:

Die mit der Verarbeitung der Daten verbunden Risiken können und müssen durch geeignete technische Maßnahmen minimiert werden.

Keine Sorge, damit wird dir der Entwickler deines Vertrauens helfen!

In erster Linie musst du aber bereits sehr früh in deiner App-Planung wissen, welche personenbezogenen Daten verarbeitet und gespeichert werden müssen, damit deine Anwendung einwandfrei läuft. Besondere Beachtung sollten sensible Daten finden, die bestimmte Rückschlüsse auf den User ziehen lassen, wie bspw. Patientendaten, die Einsicht in den Gesundheitszustand des Users geben.

Diese Informationen musst du unbedingt den Entwicklern weitergeben.

Die Codeautoren werden, ggf. in Zusammenarbeit mit einem Juristen, den Entwicklungs-Aufwand einschätzen können, indem sie die sensiblen Daten in sogenannte [Schutzklassen personenbezogener Daten](#) einordnen. Daraus können sie technischen Maßnahmen ableiten, die ergriffen werden müssen, um die Daten deiner Nutzer schützen zu können.

DATENSCHUTZERKLÄRUNG & IMPRESSUM

Grundsätzlich gilt: Keine Verarbeitung personenbezogener Daten ohne Zustimmung seitens des Anwenders.

Denn Apps fallen unter die gesetzlichen Vorschriften vom Telemediengesetz (TMG) und dem Datenschutzrecht und das Fehlen einer Datenschutzerklärung kann abgemahnt werden und ggf. Strafen zur Folge haben. Eine Abmahnung hat ebenfalls oft zur Folge, dass die App solange aus dem App-Store entfernt werden muss, bis alle Verstöße geklärt sind und das kann lange dauern und einen erheblichen Ranking- und Imageverlust bedeuten.

Um die Zustimmung des Anwenders zu bekommen, musst du ihm offenlegen, welche Daten du tatsächlich verarbeiten musst und eine lückenlose Datenschutzerklärung in deiner App leicht auffindbar bereitstellen.

Info: Die Datenschutzerklärung muss neben deinen Kontaktinformationen auch eine Beschreibung der Zugriffsrechte, eine Erklärung des Zwecks der Datenerhebung, die Speicherdauer, Datum der Erstellung und auch Informationen der Übermittlung von Daten an Dritte beinhalten.

Übermittlung der Daten an Dritte findet z.B. beim Einsatz von nicht eigenen Analyse- und Trackingtools statt. Aber auch bei einer Login-Funktion über soziale Netzwerke findet ein Datenaustausch statt.

Auch für die Erstellung der Datenschutzerklärung gibt es einige Muster – aber die müssen echt wasserdicht sein! Der richtige Ansprechpartner für dich, an dieser Stelle, wäre übrigens ein Datenschutzbeauftragter oder der Anwalt deines Vertrauens.

Von der Vision zum App-Konzept

JETZT DU!

Kreuze an, welche personenbezogenen Daten in deiner App verarbeitet werden sollen.
Fehlt in der Liste etwas? Dann schreib es dazu!

☒ Vorname des Nutzers

☐ Nachname des Nutzers

☐ E-Mail-Adresse des Nutzers

☐ Anschrift des Nutzers

☐ Alter/Geburtsdatum des Nutzers

☐ Standortdaten des Nutzers

☐ Geräteerkennung des Nutzers

☐ Fotos und Videoaufnahmen des Nutzers/Inhalte der Speicherkarte

☐ Social Media-Profil des Nutzers

☐ Gesundheitsdaten des Nutzers

☐ Kontodaten, Kreditkartennummern, PayPal etc.

☐ _____

☐ _____

☐ _____

Für welche Zwecke werden die Daten verarbeitet? Musst du Daten an Dritte übermitteln? Wenn ja, warum und an wen?

Ja, einige Daten wie der Vorname und der Benutzername und das Profilbild werden für andere User sichtbar sein. Außerdem gebe ich Daten an Werbepartner...

BESONDERER SCHUTZ FÜR KINDER BEI EXTERNEN APPS

Der Altersdurchschnitt der Handy-Nutzer, und somit auch der App-Nutzer, ist in den letzten Jahren immer weiter gesunken. Es ist besonders wichtig, die Kleinen unter den App-Usern vor Inhalten zu schützen, die vorrangig für Erwachsene gedacht sind.

Nun mag es sein, dass in deiner App keine sensiblen Inhalte aufgerufen werden können – aber wo genau wird die Trennlinie gesetzt? Wie sieht es mit Drittanbieter-Content aus? Was genau wird auf Werbebannern ausgespielt – du erinnerst dich an die Monetarisierungs-Modelle?

Kannst du garantieren, dass die jungen User sicher vor Trollen und Bots sind?

Entwicklungs-technisch müssen hier Vorkehrungen getroffen werden, da du sonst z.B. Gefahr laufen könntest, mit Rankingseinbußen im Store abgestraft zu werden. Der Entwickler deines Vertrauens wird dich hierbei sicher beraten können.

Google und Co. gehen dieses Problem übrigens auch seit einigen Jahren mit speziellen Programmen für Familien und Kinder aktiv an und nehmen hierfür einiges an Mühe auf sich!



UND SONSTIGES...

An dieser Stelle nochmal der Hinweis: An allererster Stelle steht der Schutz deiner User und um diesen zu gewährleisten, müssen etliche weitere rechtliche Themen genau beleuchtet werden.

Von uns gibt es an dieser Stelle noch ein paar Stichworte und den dringenden Rat, sich zur vollständigen Beratung in die vertrauensvollen Hände eines Rechtsexperten zu begeben!

Also hier noch ein paar Punkte für eure Checkliste:

DATENSPEICHERPLÄTZE UND DATENVERARBEITUNG

Neben der Frage, welche Daten verarbeitet werden, ist auch zu bedenken, WO die Daten deiner User gespeichert und verarbeitet werden.

Datenschutz muss auch beim Umgang mit Datenbanken gewährleistet sein. Hierbei sind Fragen zu stellen wie:

- Ist die Datenerhebung rechtmäßig?
- Sind die Verarbeitung und auch die Nutzung rechtmäßig?
- Wie sollen Berechtigungskonzepte aussehen?
- ...

Ein kritischer Blick auf das Backend – insbesondere, wenn man sich für ein BaaS (Backend as a Service) entscheidet – und auf benötigte Cloud-Systeme ist ebenfalls ratsam. An dieser Stelle kann dir der Entwickler aber sicherlich den ersten Einblick geben – für oder gegen eine Technologie musst aber schlussendlich du dich entscheiden. Grundsätzlich kann dich nur umfassend ein Datenschutzbeauftragter informieren.

TRACKING UND ANALYSE

Weitere aufmerksame Blicke gelten dem Thema Analyse und Tracking.

Es ist nicht nur verlockend, Klickpfade und Userverhalten innerhalb der App zu tracken, um Optimierungspotenziale der App ausfindig zu machen. Es ist vielmehr notwendig zu tracken, ob und wann es zu Abstürzen kommt, welche Fehlermeldungen auftauchen und an welcher Stelle User ggf. abspringen, um Probleme zu beheben und schlichtweg die Nutzbarkeit der App zu gewährleisten.

Tracking und Analyse ist also nicht nur ein „Nice-to-have“, aber gerade deswegen ist eine klare und transparente Kommunikation hinsichtlich deiner Methoden und der verwendeten Tools mit dem User notwendig.

Hinweis: Wenn eine App in Betrieb geht, brauchst du mit allen beteiligten Firmen einen Auftragsdatenverarbeitungsvertrag. Das gilt auch – und insbesondere – für Trackingtools!

MISSBRAUCH MELDEN:

Um das nicht unerwähnt zu lassen: gerade bei Apps, die einen regen Meinungsaustausch unter den Usern fördern, muss der App-Anbieter dafür sorgen, dass z.B. Posts und Nachrichten von rechtlich bedenklichen Gruppen und Personen gemeldet werden können.

Natürlich kann man hier teilweise durch Ausschluss bestimmter Wörter und Ausdrücke in einer sog. „Blacklist“ ein automatisiertes Filterverfahren oder Freigabeverfahren bauen, um die eigene App frei von radikalen Aussagen zu halten und vor Missbrauch zu schützen, dennoch müssen solche Systeme meist noch durch manuelle Überprüfung unterstützt werden.

NUTZUNGSBEDINGUNGEN AKA „SPIELREGELN“ FÜR DEINE APP UND IMPRESSUMSPFLICHT

Die Registrierung eines Accounts ist Voraussetzung bei der Nutzung deiner App? Es ist zwingend notwendig, als Nutzer eine gültige E-Mail-Adresse anzugeben? Es gibt ein Mindestalter für die Nutzung deiner App?

Diese Infos finden ihren Platz in den Nutzungsbedingungen. Insbesondere, wenn du einen Shop planst, solltest du die Nutzungsbedingungen mitbedenken.

Informationen zu dir als Anbieter der App finden ihren Platz hingegen im Impressum. Jedes Land hat hier minimal andere Vorgaben. In Deutschland kannst du fast davon ausgehen, dass ein Impressum Pflicht ist. Die Ausnahme bilden hier nur Apps, die rein dem privaten Zweck dienen. Also unbedingt mit auf die Checkliste setzen, sonst könnte es sein, dass der Anwalt an die Tür klopft...

03

Die App im Detail

—

Wir haben dich gewarnt! Es gibt viel zu beachten bei der App-Entwicklung. Aber es wird sich schlussendlich lohnen, die Zeit und Arbeit investiert zu haben.

Es wird sich dahingehend lohnen, dass du nun bei der Detail-Beschreibung der App nicht nur Hintergrundwissen darüber hast, was beachtet werden muss, du hast auch in den vergangenen Kapiteln deine App und deine zukünftigen App-User besser „kennengelernt“.

In einem Funktionsanforderungskatalog kannst du die Kernidee ausführen und ergänzen, was du bisher erarbeitet hast!

Funktionsanforderungskatalog?

Ja, Funktionsanforderungskatalog oder einfach nur Anforderungskatalog oder auch Lastenheft und ein daraus resultierendes Pflichtenheft. (Wobei letztere gerade in der agilen Softwareentwicklung immer seltener zu finden sind.)

Für die Niederschrift der sogenannten Spezifikationen – also der Eigenschaften deiner App – gibt es viele Bezeichnungen und Varianten. Im Prinzip aber handelt es sich um ein Dokument mit einer möglichst präzisen Beschreibung der App und der Prozesse, die im Hintergrund ablaufen sollen.



Von der Vision zum App-Konzept

Wie genau soll die App bestimmte Aufgaben lösen? Welche Daten sollen an welcher Stelle erfasst werden?
Wie sollen Dialoge und Formulare aussehen?

Hilfreich hierbei ist es, den „Weg“ des Users innerhalb deiner App „abzugehen“ und jede Dateneingabe, jeden Klick und jeden Screen so detailliert wie möglich zu beschreiben.

Beispiel gefällig?

Ein User kann sich registrieren.

Oder detaillierter:

Ein User kann sich durch die Eingabe seines vollständigen Namens (Vorname, Nachname), einer gültigen E-Mail-Adresse und eines, von ihm gewählten, Passwortes registrieren. Die E-Mail-Adresse wird validiert und anschließend wird automatisch eine Bestätigungsmail mit einer „Double-Opt-In“-Funktion versendet....

Du weißt nicht genau, ob alles vollständig erfasst ist und bist dir unsicher, ob der Entwickler deines Vertrauens mit deinem Anforderungskatalog bereits arbeiten kann? Kein Problem! Der Entwickler ist dafür da, dir dabei zu helfen. Es ist sogar sehr wahrscheinlich, dass er noch die ein oder andere Frage haben wird, die zu Ergänzungen und/oder Änderungen in deinem Funktionsanforderungskatalog führen werden. Aber so habt ihr schon mal eine tolle Basis für ein sehr gutes, individuelles Gespräch mit zielgerichtetem Fokus!

Grundsätzlich gilt: Je detaillierter deine Beschreibung, desto genauer die Vorstellung, desto weniger Missverständnisse, desto weniger Fragen, desto weniger Zeitaufwand. Und du weißt ja... Zeit ist Geld!

FUNKTIONSBESCHREIBUNG MITHILFE VON USER STORIES

User Stories sind besonders geeignet, um die Must-Haves deines Projektes aufzuzeigen. Sie sind besonders im Bereich des Scrum und der agilen Softwareentwicklung verbreitet.

Eine User Story – also eine Benutzergeschichte oder Anwendererzählung – ist eine, in der Sprache des Kunden, beschriebene Anforderung an das System, über den für deinen Nutzer sichtbaren Mehrwert der App.

Hier geht es zunächst um Erwartungen des Nutzers und nicht um die technische Umsetzung.

So könntest du deine User Stories schreiben:

Als [/hier User-Rolle einsetzen/] möchte ich [/hier Erwartung, Ziel oder Wunsch der User-Rolle einsetzen/], um [/Grund/].

Beispiel:

Als Nutzer möchte ich Artikel markieren können, um diese später wiederfinden zu können.

Neben den User Stories gibt es auch sogenannte Use Cases. Ein Use Case, also ein Anwendungsfall, ähnelt einer User Story, weil er ebenfalls eine bestimmte Interaktion zwischen dem Benutzer und der Software beschreibt.

Während sich einer User Story um die Needs des Users dreht, geht es im Use Case konkreter um das Verhalten, das in die Software eingebaut wird, um diese Bedürfnisse zu erfüllen.

Unternehmen, die sich speziell auf die Entwicklung von Apps konzentrieren, setzen meistens einen Projektmanager im Team ein, der bei der Beschreibung der Use Cases auf Grundlage der User Stories hilft und anschließend alle wichtigen Informationen im sogenannten Product Backlog zusammenfasst.

Von der Vision zum App-Konzept

Gute User Stories mithilfe der „**INVEST**“-Kriterien

Deine User Stories sind gut, wenn sie ein paar Kriterien erfüllen. Halte dich an die „INVEST“-Eigenschaften:

I = Independent (unabhängig)

N = Negotiable (verhandelbar)

V = Valuable (werthaltig)

E = Estimatable (schätzbar)

S = Small (klein)

T = Testable (testbar)

Zusammengefasst soll eine User Story also unabhängig – also in sich geschlossen – sein. Sie soll verhandelbar, für den Benutzer Wert schaffend und dabei möglichst klein geschnitten sein. Der Aufwand hinter der User Story soll einschätzbar sein. Und ganz wichtig: Sie sollte so viele Informationen enthalten, dass sie testbar ist.

Mit diesem Wissen im Hinterkopf, kann es ans Doing gehen!

Von der Vision zum App-Konzept

JETZT DU!

Kleine Erinnerung: schreibe aus der Sicht des Users und beachte dabei die „INVEST“-Kriterien!

USER-ROLLE	ERWARTUNG/ZIEL/WUNSCH	GRUND
Als (Neu-)Kunde	möchte ich mich registrieren	um die App nutzen zu können.

Herzlichen Glückwunsch! Du hast einen wunderbaren Grundstein für ein zielgerichtetes Gespräch mit dem Entwickler gelegt, um dafür schon bald deine Idee im Umfang (und auch in den Kosten) schätzen zu können!

VOM USER STORY KATALOG ZUM BACKLOG – UND DAS MVP

Im „User Story Katalog“ werden die User Stories zu sogenannten „Epics“ zusammengefaßt, priorisiert und geschätzt.

Ein Epic ist im Prinzip eine Zusammenfassung mehrerer zusammenpassender User Stories zu einem Thema.

Hier kommt auch schon ein Beispiel: Registrieren, Login, Passwort vergessen, Logout... Das alles lässt sich unter dem Epic „Authentifizierung“ zusammenfassen.

Ziel der Priorisierung:

Die Definition eines MVP (Minimum Viable Product), wörtlich übersetzt, einem „minimal lebensfähigen Produkt“.

So kann unter anderem eine genauere Kostenschätzung erfolgen, der Designprozess vereinfacht werden und das Beste: deine App ist (zwar in einer kleineren Version, aber immerhin) schon ready für den Store!

Das MVP ist besonders wichtig, wenn du darauf angewiesen bist, möglichst schnell auf den Markt zu kommen oder ausgegebene Kosten wieder rein zu holen.

Während die „Baby“-Version deiner App bereits den ersten Wirbel auf dem Markt macht und die ersten User erfreut, kannst du deine App um weitere Funktionen ergänzen und in den nächsten Versionen releasen.

Und mal aus dem Nähkästchen geplaudert: viele Projektverantwortliche scheitern am Wunsch, die „eierlegende Wollmilchsau“-App zu entwickeln. Lange Entwicklungszeiten, hohe Entwicklungskosten, keine Einnahmen...

Das MVP ist quasi das „Better done (for now) than perfect“.

Ein großer Vorteil eines MVP ist auch die Möglichkeit, direkt Feedback deiner User-Gruppe umzusetzen und das sichert dir zusätzlich Sympathien deiner Zielgruppe.

Klingt doch prima!

Epics werden für die Entwicklung eines Backlogs gebraucht. Ein Backlog ist quasi eine To-Do-Liste innerhalb eines Scrum-Projektes.

Hier darf auch ein Hands-On nicht fehlen! Versuche die von dir erarbeiteten User Stories in Epics zusammenzufassen und anschließend eine Priorisierung vorzunehmen!

APP-DESIGN

Du hast dich also auf ein MVP festgelegt. Nun kannst du dich an das Design machen!

Hinweis: Du kennst es ja schon... „Mach es selber, oder lass das einen Profi machen.“, „Es gibt Experten auf diesem Bereich“, „Wende dich an xyz.“...

Aber mal im Ernst:

Das UI (User Interface), also die Benutzeroberfläche, und die damit verbundene UX (User Experience) ist deine Eintrittskarte auf die Favoritenliste deiner App-User.

Ein schönes, handliches Design, eine innovative Benutzerführung und das Zusammenspiel aus richtigen Bildern, Farben, Textarten, Abständen usw. kann das Vertrauen des Users in die Applikation maßgeblich steigern! Und bei den meisten App-Ideen ist ein großes Maß an Vertrauen der User unentbehrlich.

Doch vergiss nicht, ein Entwickler ist kein Designer und ein Designer kein Entwickler. Frage am besten beim Dienstleister deines Vertrauens nach, wie eine Zusammenarbeit zwischen Programmierer und Designer gehandhabt wird.

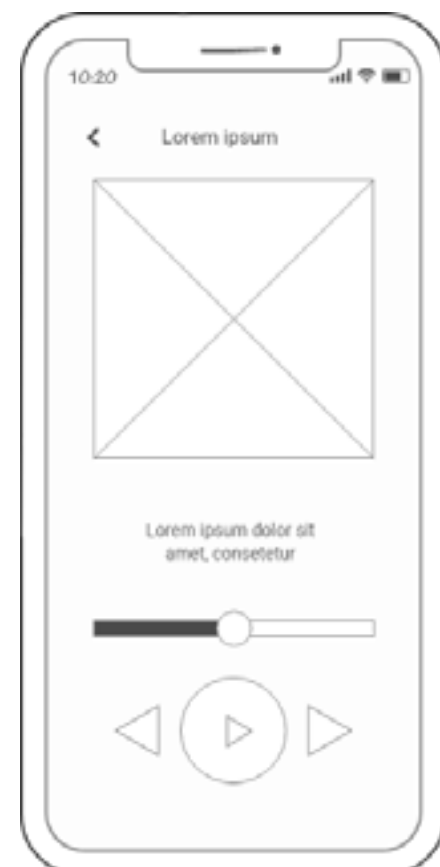
Falls du dich entscheiden solltest, das Design-Thema auf den eigenen Tisch zu nehmen, dann solltest du einige wichtige Punkte bedenken und Schritt für Schritt vorgehen.

Konzentriere dich bei dem Design erst einmal nur auf deine Kernfunktion – kein Schnickschnack!

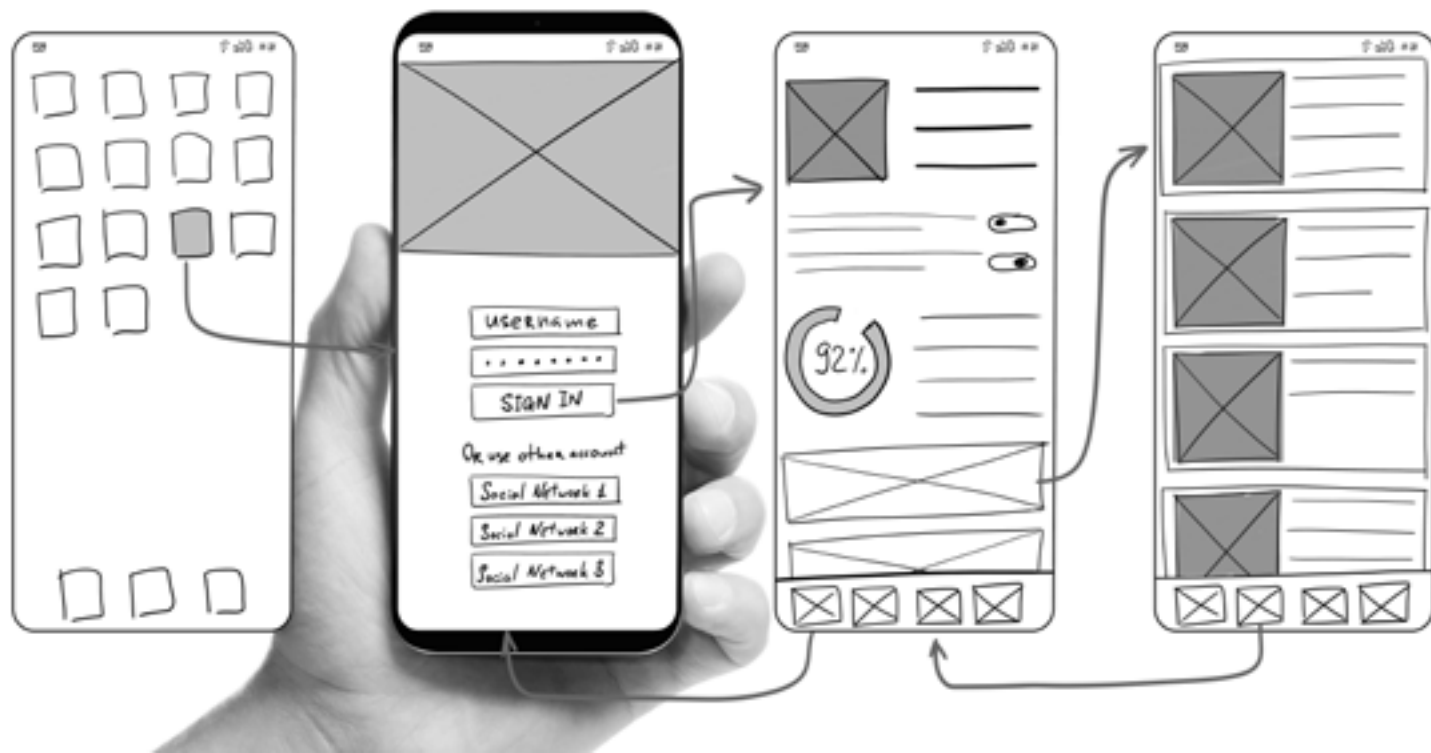
Am besten fängst du mit dem sogenannten Wireframe an.

Info: Ein Wireframe ist der konzeptionelle Entwurf Deiner Anwendung. Das „Drahtmodell“ stellt das Grundgerüst dar und enthält in einer reduzierten Darstellungsweise die erforderlichen Elemente – keine Farben, kein Design, nur die Anordnung von Elementen und die Benutzerführung spielen hier eine Rolle.

Keine Farben, keine Schriftarten, keine Bilder. Nur ein Entwurf der Anwendung. Wo kommt ein Formularfeld hin? Unter das Formularfeld muss ein Button. Darunter vielleicht noch ein kurzer Hinweistext.



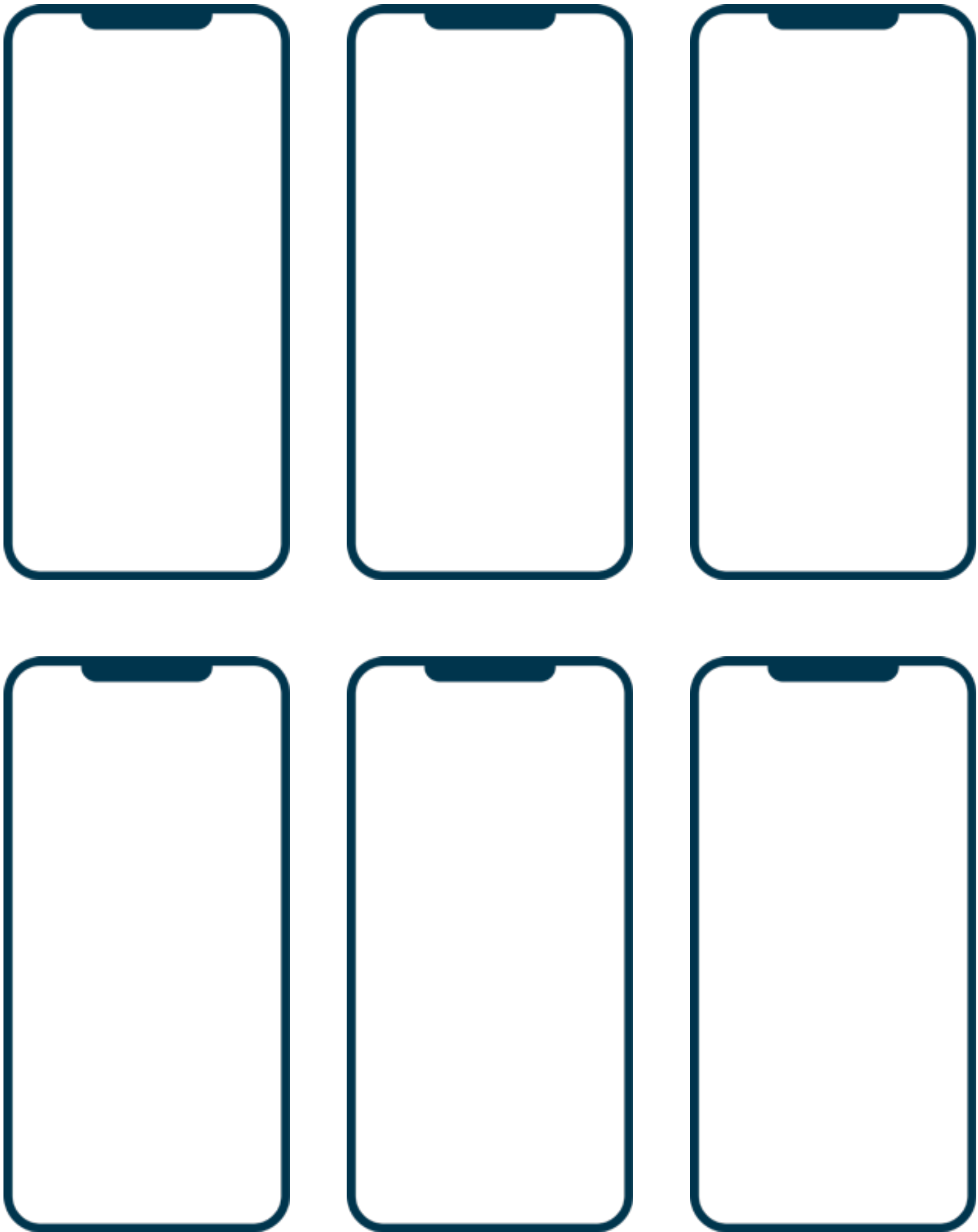
Von der Vision zum App-Konzept



JETZT DU!

Es gibt eine Menge guter Online-Tools, die dir deine Wireframe-Arbeit gut erleichtern. Du kannst aber auch erstmal anfangen, per Hand zu zeichnen! Nutze dafür gerne unsere Screen-Vorlagen!

Hinweis: Du kannst dir die nächste Seite gerne so oft du brauchst ausdrucken, um die Wireframes per Hand einzuzeichnen, aber drucke der Umwelt zuliebe nur diese Seite aus. :)

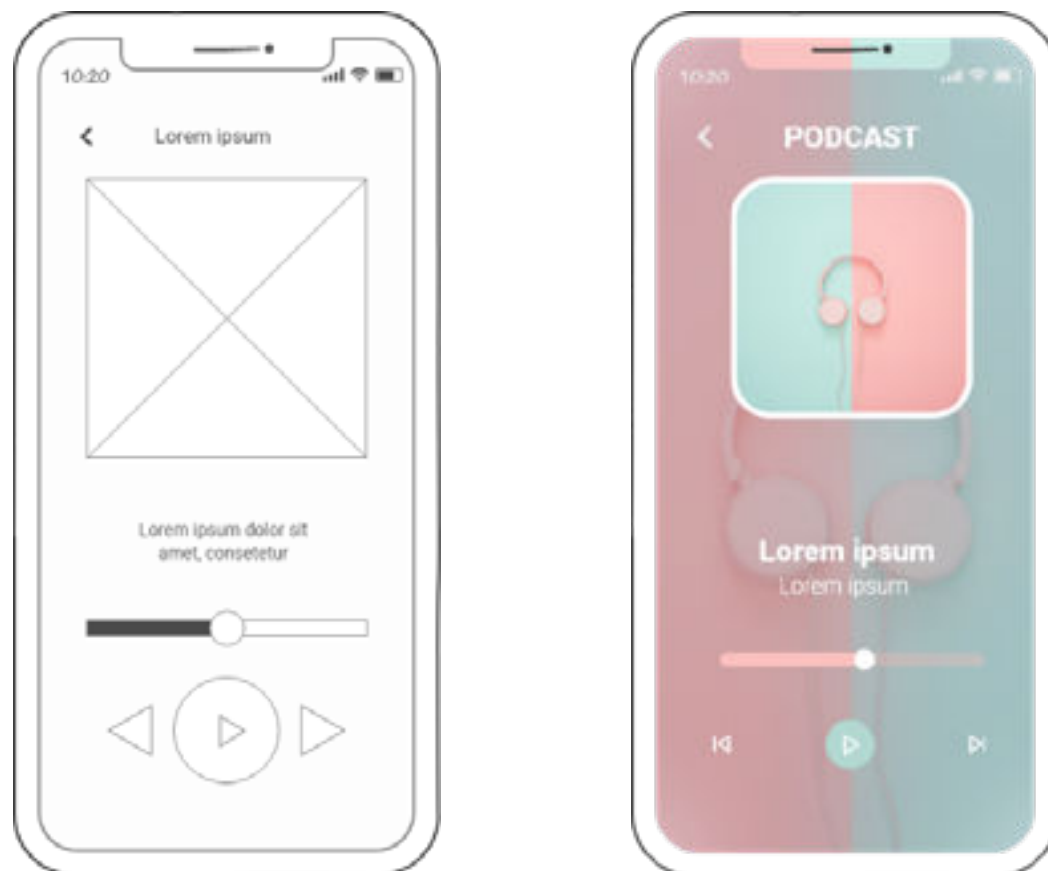


Von der Vision zum App-Konzept

Weiter geht es mit einem Mockup!

Mockups bauen auf der Struktur des zuvor entwickelten Wireframes auf und werden üblicherweise in einem Bildbearbeitungsprogramm oder einem vektorbasierten Tool entworfen und prototypisiert.

Ein Mockup ist ein visueller Design-Entwurf, der die Struktur von Informationen darstellt und den Inhalt visualisiert. Dabei wird an dieser Stelle ein Augenmerk auf Farben, Schriftarten und Bildtonalität gesetzt.



Auch für die Mockup-Entwicklung gibt es zahlreiche, sehr gute Tools! Figma, Sketch oder, auch besonders stark, Adobe XD.

Durchforstet mal die Suchergebnisse der Suchmaschine eurer Wahl und entscheidet euch für ein Tool!

Von der Vision zum App-Konzept

Ein paar allgemeine Designtipps gefällig?

1. Spicken erlaubt:

Es ist okay, sich Design-Inspirationen bei anderen Anwendungen einzuholen!

2. Gewohnheitstier Mensch:

Du musst, und manchmal darfst du auch, nicht das Rad neu erfinden. Manche Funktionen sind in den Köpfen der User so fest verankert, dass eine Abweichung nur für Verwirrung sorgt. Wie seltsam wäre es z.B., durch einen Klick auf das Zahnrad-Icon auf einmal in die Kamera-Funktion zu gelangen, anstatt in die Einstellungen?

3. Ausschließlich Graustufen im ersten Anlauf:

Du wirst gezwungen sein, dich darauf zu konzentrieren Abstände einzubauen und über Größen und Tiefen den Blick des Users auf wichtige Funktionen zu lenken.

4. Lorem Ipsum Generatoren:

Es gibt im Netz zahlreiche Fülltext-Generatoren. Nutze den Lorem ipsum-Text, um dich nicht von der Content-Erstellung ablenken zu lassen.

5. Visuelle Hierarchie:

Es gibt ein paar Grundregeln zur Anordnung grafischer Elemente im Design. Um die Wichtigkeit eines Elementes aufzuzeigen, ist nicht immer die Größe das Mittel der Wahl. Informiere dich auch über Texturen, Lesemuster, Schriftstärken, Farben etc..

6. Apropos Farben:

Nachdem der erste Entwurf in Grautönen fertig ist, muss natürlich etwas gepinselt werden. Achte hierbei auf die Harmonie zwischen verschiedenen Farben. Suche im Netz nach Tools für Farbkombinationen, das wird dir helfen!

7. Statisch ist OUT!

Plane in die App Bewegung mit ein. Animationen und Effekte erwecken deine App zum Leben! Dynamische Screen-Wechsel, einfliegende Infokästen, Progress- und Loading-Animationen... Es gibt nichts, was es nicht gibt!

Und zum Schluss: bedenke, zu einem einheitlichen, vertrauensschaffendem Design gehört neben dem App-Design auch:

- das Logo-Design
- das Website-Design (falls es eine Website zu deiner App geben soll)
- Werbemittel-Design
- ggf. Social Media-Postings-Design
- ...

Fertig? Alles klar! Das App-Design ist durch, jetzt steht der Entwicklung der App – fast – nichts mehr im Wege.

Spätestens jetzt solltest du – falls du nicht selber entwickeln möchtest – einen Entwickler zurate ziehen, um die letzten, überwiegend technischen, Fragen zu klären.

Damit du auch für das technische Gespräch mit den Entwicklern voll gerüstet bist und auch bei Investoren mit deinem Wissen glänzen kannst, hier noch ein Ausflug in die Technik!

04

Die Technik

—



APP-ARTEN UND PROGRAMMIERSPRACHEN

Wusstest, du, dass es unterschiedliche App-Arten gibt?

Klar, es gibt viele verschiedene Programmiersprachen. Da wäre Java, der Platzhirsch unter den Programmiersprachen, oder die Programmiersprache Dart, mithilfe derer (und dem Open-Source-UI-Entwicklungs-Kit Flutter) Cross-Platform-Apps entwickelt werden können. Dann gibt es noch das in der Android-Umgebung integrierte Kotlin oder das, in der Entwicklungsumgebung Xcode integrierte, Swift – beides gilt aktuell als „State of the Art“ und sollte jedem Entwickler ein Begriff sein.

Aber lass das mal Sorge deines Entwicklers sein. Solange du deine App nicht selbst coden möchtest, musst du dir erstmal nur über eine Sache Gedanken machen:

Nativ, hybrid oder PWA? P..W..as?

Von der Vision zum App-Konzept

Ja. Es gibt unterschiedliche Arten von Apps – wobei die meisten App-Nutzer die klassische native Applikation oder eine hybride App meinen, wenn sie über eine App sprechen.

In der Handhabung unterscheiden sich insbesondere die native und hybride App von der Web-App (auch Progressive Web App oder PWA).

Während sowohl native als auch hybride Apps wie üblich über den jeweiligen Store heruntergeladen und auf dem Handy installiert werden, um anschließend über den App-Launcher gestartet zu werden, verhält es sich bei der PWA anders.

Die PWA wird über den Webbrowser angezeigt. Sie wird also nicht im App-Store angeboten – kann also höchstens vom User selbst, als eine Verknüpfung auf dem Home Screen, angelegt werden – und unterscheidet sich vor allem in der User Experience, also im Nutzererlebnis, von der nativen oder hybriden App.

Das sind weitere Merkmale jeweiliger App-Arten:

PWA:

- Programmierung unabhängig vom Betriebssystem
- Aufruf über eigenes (Browser-)Fenster
- es wird keine Installation benötigt
- Programmiersprachen können sein: Java, Java Script oder auch PHP
- in der Regel kostengünstiger
- kein „App“-Feeling
- Einschränkungen beim Zugriff auf Hardware des Gerätes
- Offline-Nutzung unter Umständen möglich

Native App:

- Download über App-Store
- Programmierung abhängig vom Betriebssystem
- „klassische App“ mit App-Feeling
- einfacherer Zugriff (kein Umweg über Browser-App)
- in der Regel stärkere mobile Nutzerbindung
- Offline-Nutzung möglich
- keine Einschränkungen auf gängige Zugriffsmöglichkeiten des Gerätes
- in der Regel teurer als PWA

Hybride App / Cross-Plattform-App

- Download über App-Store
- Programmierung mit Hilfe von Cross-Plattform-Technologien z.B. Cross-Plattform-Framework Flutter
- Basiscode-Erweiterung mithilfe nativer Code-Komponenten möglich
- je nach Anforderungen ggf. minimal billiger als native App

Von der Vision zum App-Konzept

Welche App-Art tatsächlich für dich infrage kommt, kann schlussendlich unter Berücksichtigung deiner Anforderungen an die App gesagt werden.

In einem der vorherigen Kapitel hast du die Funktionen ausgearbeitet. Ist dir dabei aufgefallen, ob du Zugriff zu bestimmten Funktionen des Smartphones brauchst, damit deine App funktioniert?

Möchtest du Medienfunktionen steuern können oder einen Vollzugriff auf die Zwischenablage haben? Benötigst du Zugriff auf die Kontakte des Users oder möchtest du, dass man Alarme aus der App heraus einstellen kann? Dann ist eine PWA keine Option mehr für dich.

Aus Erfahrung können wir sagen, dass App-Entwicklung mithilfe nativer Programmiersprachen und z.B. von Flutter und der dazugehörigen Programmiersprache Dart die optimale und nachhaltigste Lösung ist. Wesentliche **Vorteile der nativen App-Entwicklung** wären:

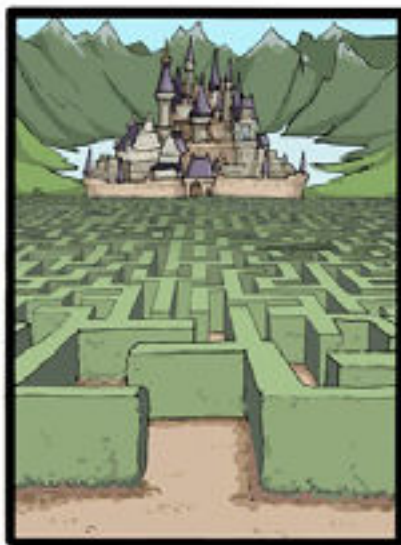
- professionellere Haptik der App (die Apps laufen einfach smarter und reagieren flotter auf die Handlungen des Users)
- die Frameworks, die bei der nativen App-Entwicklung verwendet werden, sind zukunftssicherer. Warum? Weil die meisten davon direkt von Apple, Google und Co. kommen – also direkt von den Betriebssystemherstellern, auf deren Betriebssystem deine App später mal laufen soll.
- bessere Offline-Fähigkeit (wer kennt das nicht – einmal im Funkloch und schon... da soll die App natürlich weiter gut funktionieren können)
- Fehlerverhalten und tiefliegende Bugs können besser gefunden und behoben werden

Von der Vision zum App-Konzept

Zusammenfassend beschreibt folgendes Bild ganz gut den Unterschied zwischen nativer App-Entwicklung und den weiteren Möglichkeiten:

The dilemma of mobile apps development

Develop a native app for each device and maintain several projects



Use a unique framework (Phonegap, Adobe Air, Appcelerator) and maintain only one project



CommitStrip.com

Abschließend lässt sich sagen: wichtig ist es, deine Gedanken hierzu mit dem Codeautor deiner Wahl zu besprechen, um genau das richtige Gleichgewicht zwischen Aufwand und Ertrag zu finden und sich für die passende Technologie zu entscheiden.

BACKEND, SCHNITTSTELLEN & DATENBANKEN

Es gibt wirklich selten Apps, die nichts weiter brauchen, als sich selbst. Die allermeisten Apps benötigen ein Backend.

Das Backend ist sozusagen die „Steuerzentrale“ deiner App. Als Administrator kannst du dich in den Backend-Bereich einloggen, um von dort aus bestimmte Funktionen zu steuern, Inhalte zu ändern, Nutzer anzulegen/zu blocken/zu löschen, Auswertungen tätigen etc.

Hinweis: Im Eisbergmodell kann das Backend, je nach Projekt, bis zu 80% der Software ausmachen und nur 20% entfallen auf das sogenannte Frontend, die Usersicht deiner App.

Ein Backend kann entweder von Entwicklern gebaut werden oder du nutzt ein mobile Backend as a Service.

Mobile Backend as a Service (mBaaS) sind Dienstleistungen, bei denen der Betrieb, Wartung und optional auch das Hosting des Backends auf einen externen Anbieter ausgelagert wird.

Aber Achtung! Auch, wenn das mBaaS dem Entwickler viel Arbeit abnimmt, müssen einige Funktionen dennoch entwickelt werden. Diese kommen nämlich lediglich als eine Infrastruktur mit den Grundfunktionen.

Übrigens: wir haben in einem unserer Blogbeiträge unterschiedliche [mBaaS Anbieter](#) bereits für dich verglichen!

Damit das Backend (und auch andere Komponenten des IT-Systems) mit dem Frontend der App – und auch untereinander – kommunizieren können, werden sogenannte Schnittstellen benötigt. Schnittstellen können entweder in einem mBaaS enthalten sein oder müssen extra programmiert werden.

Die Schnittstellen sorgen z.B. dafür, dass die Eingabe der User aus den Apps in der User-Ansicht in eine Datenbank fließen. Eine Datenbank ist ein System zur Beschreibung, Speicherung und zum Abrufen von Daten. Auch das ist eine Komponente, die fast jede App benötigt und die an das Backend angedockt ist.

Nur, weil der User effektiv nur die App zu Gesicht bekommt, darf man das „Drumherum“ keinesfalls unterschätzen. Bedenke auch, dass die ganzen Systeme, die im Verborgenen laufen, nicht nur zum Start der App eingerichtet, getestet und gesichert, sondern nach der Veröffentlichung auch betrieben und weiterentwickelt werden müssen.

05

Die App- Entwicklung

—

MÖGLICHKEITEN DER APP-ENTWICKLUNG

Wenn es zur App-Entwicklung kommt, dann hast du wie so üblich mehrere Möglichkeiten und die Qual der Wahl. Grundsätzlich kannst du dir diese **4 Möglichkeiten der App-Entwicklung** ansehen:

1. Programmierung auf eigene Faust

Die Vorteile liegen hierbei genauso klar auf der Hand wie die Nachteile: du bist super flexibel und komplett unabhängig, DU bist das Team. ABER: das Erlernen einer Programmiersprache dauert Zeit. Sicher, du kannst dir etwas Zeit sparen, indem du dich auf die Entwicklung mit einem Cross-Plattform-Framework wie Flutter schmeißt, aber auch das ist ohne Vorkenntnisse wirklich schwierig.

2. App-Baukästen verwenden

Definitiv die schnellere Möglichkeit als die Entwicklung auf eigene Faust. Es gibt eine riesige Auswahl an Anbietern – also gut vorher recherchieren, welcher Anbieter das Richtige für dich bietet! Der Nachteil hierbei ist natürlich die Abhängigkeit von einem dritten Anbieter und sehr begrenzten Möglichkeiten der Individualisierung.

3. Freelancer beauftragen

Es gibt ganz tolle Freelancer, die wirklich was auf dem Kasten haben. So einen zu finden, ist natürlich eine kleine Herausforderung. Der Einzelkämpfer wird natürlich auch etwas kostengünstiger sein als ein Unternehmen, das ein ganzes Entwickler-Team stellt, aber die gesamte Entwicklung hängt dann auch an einer Person und es gibt keine organisatorischen Strukturen, die mögliche Abwesenheiten aufgrund von Krankheits- und Urlaubstagen auffangen.

4. Softwareentwicklungsunternehmen engagieren oder auch:

Digitale Qualität hat ihren Preis

Sicherlich eine der teureren Varianten, eine App entwickeln zu lassen. Aber gleichzeitig ist es auch der sicherste Weg, später ein qualitativ hochwertiges digitales Produkt in der Hand zu haben. Sauberer Code, wartbare Anwendung, eine gute Partnerschaft für zukünftige Weiterentwicklungen und bei seriösen Entwicklern eine Übergabe des Nutzungsrechts des Codes. Man profitiert vom IT-Knowhow eines gesamten Teams.

Von der Vision zum App-Konzept

Ganz gleich, für welchen Weg du dich entscheidest, die schnellste und billigste Variante wird dich in den seltensten Fällen zu einer Top-Anwendung führen. Also wähle weise und wiege immer Aufwand gegen den Nutzen ab!



„In 2 Wochen ist die App fertig
– für dich zum Freundschaftspreis.“



„Großes Projekt, vielleicht 2 Monate
– ich mach dir einen guten Preis.“



„Sprechen wir erstmal über deine
Anforderungen – am besten in einem Workshop.
Lass uns gemeinsam auf deine ganz individuellen
Wünsche schauen und herausfinden, welche
Lösung die beste für dich ist.“

06

Das Deployment & Marketing

Von der Vision zum App-Konzept



Lass uns einen Blick in die Zukunft werfen!

Wow – die App ist an dieser Stelle fertig. Du haltest das Testgerät in der Hand und klickst auf das App-Icon. Dein Baby ist endlich da! Das Projekt finalisiert.

Nein. Nein?

Es gibt da noch einiges zu beachten, damit deine App auch erfolgreich den Store rockt. Selbstverständlich helfen dir die Codeautoren beim sogenannten Deployment (Anwendungsbereitstellung) deiner App.

Entwicklersorgen dafür, dass die Installationsstruktur einfach ist und der Verteilungsmechanismus konsistent bleibt. Sollte bereits eine weitere Version deployed werden, sorgen die Entwickler deines Vertrauens dafür, dass alte und veraltete Dateien bei der Installation aufgeräumt werden und natürlich werden sie auch einen Plan B in der Hand haben, sollte etwas schief gehen. Frag sie ruhig nach ihrer Rollback-Strategie und sei bereit, auch in diesem Prozess möglichst agil zu bleiben.

Während nun die Entwickler daran arbeiten, die App in die Stores zu bringen, kannst du dir schon mal darüber Gedanken machen, wie der Auftritt deiner App im Store aussehen soll.

APP-STORE-OPTIMIERUNG (ASO)

Wie du sicherlich schon mal gesehen hast, unterscheiden sich die einzelnen „App-Seiten“ im Store etwas voneinander.

Android und iOS legen zwar im Vorfeld fest, welche Elemente du für deinen Store-Auftritt verwenden kannst (Bilder, Videos, Texte), aber es gibt durchaus Wege, sich zum einen von der Masse abzuheben und zum anderen sogar besser im Store zu ranken. Also eine höhere Position in den Suchergebnisseiten zu bekommen.

UND DAS SOGAR KOSTENLOS!

ASO (App-Search-Optimization) ist das Zauberwort!

Ziel der App-Store-Optimierung ist es, die Auffindbarkeit der Apps zu verbessern und dem User mit einer besseren visuellen Präsentation deiner App bereits vorab einen Eindruck der Anwendung und ein gutes Gefühl zu geben!

In einem [Blogbeitrag zur App-Store-Optimierung](#) haben wir bereits die Basics dazu zusammengefasst:

- Optimierung des App-Namens und Titels ist essentiell
- ein einprägsames App-Icon sorgt für Wiedererkennung
- saubere Screenshots und Videos präsentieren deine App
- eine mit Keywords verfeinerte App-Beschreibung kann ein besseres Ranking bedeuten

All-In-All heißt es: eine schöner Store-Eintrag mit sauberer App-Beschreibung und im Stil deiner App schafft Vertrauen und überzeugt die User zum Download. Mehr Downloads führen zu mehr Bewertungen und das alles zusammen führt zu einem besseren Ranking im Store!

Welche Größe darf mein App-Icon haben? Wie sollen die Screenshots aussehen? Wie viele Zeichen darf mein Beschreibungstext beinhalten?

Tipp! Direkt in den Richtlinien spicken! Google und Apple haben zahlreiche Richtlinien definiert, die dir dabei helfen sollen, den Store-Eintrag zu gestalten. Hierrunter findest du Richtlinien für Icons, Symbole und auch Templates zum Downloaden. Natürlich kannst du auch die Entwickler fragen, ob sie ein paar Daten für dich hätten.

App-Store-Optimierung ist die erste, kostenlose, Maßnahme, um deine App im App-Store hervor zu heben!

Zusätzlich zu kostenlosen Maßnahmen kannst du deine App auch über Marketing-Maßnahmen bewerben, um die erste Downloadwelle zu starten und dadurch einen ersten Growth-Boost zu bekommen!



APP-MARKETING

App-Marketing ist das nächste riesige Thema, das wir hier nur „anschneiden“ können.

Grundsätzlich gilt: je früher du mit dem Marketing beginnst, desto besser! Du kannst damit sogar schon vor Fertigstellung der App beginnen!

Wie wäre es z.B. mit einer **Website**, die die App anteasert?

Sichere dir deine Wunschdomain und baue schonmal eine Website. Nutze für die Website das gleiche Design (die gleichen Farben, den gleichen Stil, die gleiche Sprache...), das du für die App angedacht hast, um so für Wiedererkennung zu sorgen!

Eine professionelle Domain und E-Mail-Adresse sorgen für Vertrauen!

Der Weg zur Website kann auch ohne Umwege zu einer eigenen E-Mail-Domain führen. Die meisten Hoster bieten, neben dem Serverplatz für deine Website, auch einen E-Mail-Speicher an.

Deine Wunschdomain hast du ja bereits bei der Website-Erstellung gecatched!

Von der Vision zum App-Konzept

Die eigenen **Social Media-Plattformen** dürfen nicht fehlen!

Ah! Die schöne, bunte Social Media-Welt. Weißt du noch, deine Zielgruppen-Analyse? Auf welchen Kanälen ist sie am ehesten anzutreffen?

Die jungen Kreativen zwischen 13 und 16 Jahren? Schau dir TikTok an!

Die Influencer in ihrer glitzernden und schönen Instagram Welt?

Sind es die Kaufleute und Vertriebler, die du garantiert auf LinkedIn findest?

Oder vielleicht doch die Tekkies, die sich auf Twitter herumtreiben?

Zielgenaues Targeting mit **Paid Advertising**

Ok, manchmal muss man für die Kommunikation mit möglichen und bestehenden Usern bezahlen. Das heißt dann Paid Advertising und kann z.B. in Form von

- Bannerwerbung oder
- Advertorials passieren.
- Auch Social Media-Werbung und
- Suchmaschinenwerbung fällt unters Paid Advertising.

Hinweis: Vergiss nicht, die Verwendung von Paid Advertising in deinem Datenschutztext zu nennen!

Gerade, wenn deine App neu auf dem Markt ist und noch kaum jemand etwas von der App gehört hat, kann Paid Advertising den Boost bringen, den du brauchst. Wenn du Glück und eine gute Strategie hast, spricht sich deine App bald herum und die User kommen auch auf anderen Wegen zu dir!

Vergiss auch nicht, den Erfolg deiner Marketing-Maßnahmen zu überprüfen! Z.B. mit den richtigen Analysetools!

ANALYSETECHNIKEN

Deine Arbeit ist mit dem Deployment nicht getan. Du möchtest sicher deine App ausbauen und dafür musst du dir die Analysedaten deiner App ansehen.

Es gibt eine ganze Menge an Mobile App Analytics Tools für Android und iOS. Deinen Favoriten suchst du am besten mit Blick auf deine Anforderungen heraus.

Folgende Funktionen bieten dir Mobile App Analytics Tools:

- Tracking der Downloads
- Klickanalysen
- Echtzeitdaten zu Nutzern
- Nutzeraktivitäten im Zeitverlauf
- Standort der Besucher
- u.v.m.

Praktisch oder?!

Hinweis: Vergiss nicht, die Verwendung solcher Tools im Datenschutztext zu erwähnen!

So weißt du genau, wo die Downloadzahlen für deine Zielerreichung noch etwas niedrig sind und kannst in Aktion treten, um sie wieder mit einer kleinen Werbekampagne hochzutreiben.

Oder sind die Downloadzahlen in Ordnung, aber die Nutzeraktivität ist für deinen Geschmack zu gering? Dann wird's vielleicht Zeit für eine neue Version mit einem neuen coolen Feature?

Denk immer dran, eine App ist immer nur solange gut, wie sie mit der Zeit geht.

**“„Verbessern heißt verändern. Perfekt sein heißt demnach, sich oft verändert zu haben.“ –
Sir Winston Spencer Churchill**

Also veröffentliche deine App, präsentiere sie der Welt und höre zu, was dir deine Zielgruppe sagt! Sie wird dir bei der Optimierung und der Weiterentwicklung deiner Anwendung helfen.

Über die Autorin des Leitfadens:



Online Marketing Managerin

Katharina Korotcenko

Mein Name ist Katharina Korotcenko und ich bin Online Marketing Managerin bei der x-root Software GmbH. Im Rahmen meiner Arbeit durfte ich einen Blick in die Disziplin der Lead-Generierung und des Vertriebs werfen und habe Fragen, Problemstellungen und Ängste gesehen, mit denen App-Visionäre auf ihrem Weg zu einer App konfrontiert werden.

Vielleicht bietet mein Leitfaden nicht Antworten auf ALLE deine Fragen, aber ich hoffe, er hat dir wertvolle Ansatzpunkte geliefert, mithilfe derer du deine App-Vision greifbarer machen kannst und deinem Traum oder deiner Digitalisierungsstrategie einen Schritt näherkommen kannst.

x-root Software GmbH
Theodor-Gietl-Str. 15
83026 Rosenheim
Deutschland

www.x-root.de

