

# PRODUKT- KURZBESCHREIBUNGEN

ÖFFENTLICHE PROJEKTPRÄSENTATIONEN  
„DIGITALE UNTERNEHMENSGRÜNDUNGEN“  
MIT PREISVERLEIHUNG

22.07.2019

12:15 UHR

*Erstellt im Rahmen der Vorlesung*

***Professionelles Projektmanagement in der Praxis, SS19***

*Prof. Dr. Harald Wehnes Prof. Dr. Tobias Hoßfeld*

*Universität Würzburg – Institut für Informatik – Lehrstuhl III*

## Inhalt

<i>WueTivity</i>	2
<i>BürgerBot</i>	3
<i>WueConnect</i>	4
<i>qwoola – The Social Tool</i>	5
<i>WueKlima</i>	6

## Vorwort

In diesem Jahr feiern wir ein **Jubiläum**: Die Veranstaltung „Professionelles Projektmanagement in der Praxis – mit digitalen Unternehmensgründungsprojekten“ findet zum 20. Mal statt.

Als **Oberthema für die Projektarbeiten** wurde in diesem Semester „**Smart City**“ gewählt.

**Besonderer Dank** geht an alle Personen, die die Projekte als Auftraggeber und in anderen Rollen unterstützt und zum Projekterfolg beigetragen haben:

- Herr Dr. Christian Andersen, ZDI Mainfranken
- Herr Felix Hofmann vom Stadtjugendring Würzburg
- Herr Sebastian Grah,
- Frau Sara Klüber, Lehrstuhl für Psychologische Ergonomie, Institut Mensch-Computer-Medien

## Jury-Mitglieder

- Herr Dr. Christian Andersen, ZDI Mainfranken
- Frau Tanja Golly, Stabsstelle für Forschung und Technologietransfer (SFT)
- Herr Dr. David Hock, Infosim
- Prof. Dr. Harald Wehnes, Universität Würzburg

**WueTivity**



## Teammitglieder

Ernesto Liy Corona // Anna-Lena Hahn //  
Christian Juranz // Florian Kohmann // Sarah Menninger



## Kurzbeschreibung des innovativen Produktes

WueTivity ist ein Projekt, welches das Ziel verfolgt über verschiedene Freizeitangebote von mehreren regionalen Jugendzentren zu informieren. Mit Hilfe eine Filterfunktion können die Veranstaltungen nach Interessen und Umkreis eingegrenzt werden. Die App dient so zur Vernetzung der einzelnen Jugendzentren und erleichtert den Jugendlichen passende Veranstaltungen zu finden. Durch eine Sharing Funktion können die Jugendlichen die Veranstaltung mit ihren Freunden über soziale Netzwerke teilen um mehr potenziell interessierte Jugendliche zu erreichen.

## Businessplandaten:

### Zielgruppen

- Jugendliche, die bereits in Jugendzentren gehen und Veranstaltungen wahrnehmen
- Jugendliche, die noch keine Verbindung mit Jugendzentren haben
- Regionale Jugendzentren, die ihren Aktionsradius vergrößern und über geplante Veranstaltungen informieren wollen
- Jugendzentren in anderen Städten die sich vernetzen wollen

### Kundennutzen

- Jugendliche können sich leicht über Veranstaltungen informieren, diese wahrnehmen und sie mit Freunden teilen
- Jugendzentren können Jugendliche gezielt erreichen, informieren und zusammenbringen.

Insgesamt: kann die Reichweite der Information an die Zielgruppe der Jugendlichen verbreitert werden und somit ggf. auch die Zielgruppe selbst.

### Alleinstellungsmerkmale

- hohe Usability, UX und optisch ansprechendes Design und nutzerzentrierte Entwicklung
- Ausbau der Vernetzung zwischen Jugendlichen und ihren Jugendzentren und verbesserter Zugang zu relevanten Informationen und Terminen
- Ersatz verschiedener social media Kanäle ☑ weniger Arbeit für Jugendzentren
- Derzeit gibt es im Raum Würzburg/Unterfranken keine App die Jugendzentren verbindet

### Marktpotenziale

- Angebotsseitig derzeit unzureichend gesättigter Markt bei ausreichender bis starke Nachfrage
- Ein überregionaler Einsatz in min. 80 deutschen Städten (Einwohner > 100000) ist möglich



## BürgerBot

### Teammitglieder

Fabian Biskup // Matthias Clad // Michael Derleth  
Michael Gabler // Kevin Karl // Michael Neumann



### Kurzbeschreibung des innovativen Produktes

Der BürgerBot ermöglicht es, die Kommunikation zwischen Bürgern und der Stadt zu vereinfachen. Über weit verbreitete Messenger ist es so für die Bürger schnell möglich, Anregungen, Ideen oder Missstände unkompliziert an die Stadt zu übermitteln.

Zudem können die Mitarbeiter der Stadt schnell im Chat mit den Bürgern interagieren.

Außerdem besteht die Möglichkeit, allen interessierten Bürgern Broadcast-Nachrichten zu senden und sie über aktuelle Geschehnisse und Neuigkeiten zu informieren.

## Businessplandaten:

### Zielgruppen

- Bürger, die einen unkomplizierten, nutzerfreundlichen Weg zur Kommunikation mit der Stadt suchen oder sich schlecht über Aktionen der Gemeinde informiert fühlen
- Die Stadt, die durch einfacheres Feedback und Broadcast-Nachrichten *näher am Bürger* ist

### Kundennutzen

Aus Sicht der Bürger:

- Schnelle, unkomplizierte Meldung von bestehenden Mängeln, wie defekten Straßenlaternen oder Schlaglöchern - mit Hilfe von GPS-Daten und Bildern auch bei schwierig zu beschreibenden Orten
- Einfache Möglichkeit, Anregungen und Ideen an die Stadt zu übermitteln
- Zeitnaher Erhalt von wichtigen Nachrichten, wie Keimbefall von Trinkwasser oder Ausfall von öffentlichen Verkehrsmitteln

Aus Sicht der Stadt:

- Durch die innovative und bürgerfreundliche Kontaktaufnahme mit der Stadt, erhält diese mehr Feedback von den Bürgern und öffentliche Mittel können besser eingesetzt werden
- Einfache, zeitnahe Information vieler Bürger über wichtige und aktuelle Nachrichten
- Schnelle, formlose Reaktion auf Bürgeranfragen über Messenger führt zu einer effizienteren und effektiveren Kommunikation

### Alleinstellungsmerkmale

- Aktuell existiert noch kein Chat-Bot, der speziell für diese Aufgabe entwickelt wurde
- Der Chat-Bot ist direkt über Messenger erreichbar – nicht nur über eine Weboberfläche
- Der Betrieb unseres Systems ist auf mehreren Diensten, wie Whatsapp, Facebook-Messenger und Telegram, parallel und ohne Mehraufwand möglich

### Marktpotenziale

- Unser System würde allein in Deutschland in 10.848 Gemeinden und 294 Landkreisen zu einer innovativen und besseren Kommunikation zwischen Bürgern und Stadt führen

## WueConnect

### Teammitglieder

Deborah Hümpfner // Lucas Plabst //  
Filipp Roos // Sandra Staudigel //  
Julian Zarges



### Kurzbeschreibung des innovativen Produktes

Bei WueConnect handelt es sich um ein Projekt mit dem Ziel, eine digitale Plattform zur Bürgerbeteiligung im Rahmen des „Smart-City“-Konzepts aufzubauen. Kernprodukt ist eine App, die auf spielerischer Weise Informationen zu Prozessen der Stadtverwaltung, politischen Themen und Mitgestaltung an die Nutzer heranträgt. Darüber hinaus hat die Stadtverwaltung die Möglichkeit, aktuelle Inhalte zu vermitteln und auf schnellem Weg Meinungsbilder samt demografischer Daten zu spezifischen Fragen zu erhalten.

## Businessplandaten:

### Zielgruppe

- Bürger, die sich an der Stadtentwicklung beteiligen wollen
- Mitarbeiter der Stadt, die Meinungsbilder der Bürger erhalten wollen

### Kundennutzen

Aus Sicht der Bürger:

- Größerer Einfluss auf die Entscheidungsfindung der Stadt
- Einfachere und bequemere Möglichkeit sich zu beteiligen
- Entfernung kommunikativer Hindernisse zwischen Stadt und Bürger

Aus Sicht der Mitarbeiter der Stadt:

- Entfernung der Intransparenz und Unnahbarkeit politischer Entscheidungen
- Erhalt von Meinungsbildern zur Entscheidungsfindung
- Reduktion der Bürgerfrustration bei kontroversen Entscheidungen

### Alleinstellungsmerkmale

- Lokalität der Events
- Mehrspielerevents mit Mitbürgern
- Vernetzung der Bürger untereinander
- Gamification Ansatz zur Steigerung des Engagements
- Aktuell nichts Vergleichbares in Würzburg auf dem Markt

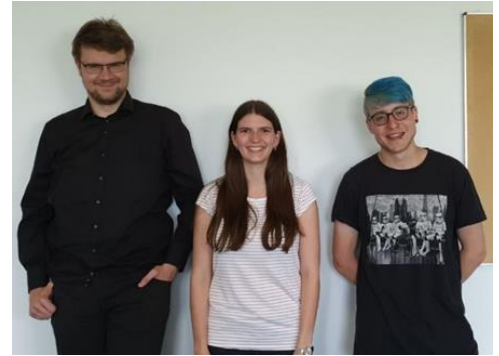
### Marktpotenziale

Größe der Zielgruppe

- Bürger von 18-64 Jahren: ca. 88.000
- Mitarbeiter der Stadt: 2-5 Mitarbeiter, die hauptsächlich für die App verantwortlich sein werden

# QWOOLA – THE SOCIAL TOOL

## *qwoola – The Social Tool*



### Teammitglieder

Bernd Zeidler // Viktoria Vomhoff // Simon Raffeck

### Kurzbeschreibung des innovativen Produktes

qwoola – The Social Tool ist eine App zur anonymen Vernetzung von Menschen. Sie senkt die Hemmschwelle der Kontaktaufnahme und kann einfach Leute mit ähnlichen Interessen oder Problemen bzw. Lösungen zusammenführen. Dieses soziale Werkzeug ist vollkommen anonym und jeder entscheidet selbst ob der Kontakt nach der initialen Kontaktaufnahme weitergeführt wird oder nicht. Sind Sie neu in der Stadt und suchen einen geeigneten Tennispartner? Geben sie entsprechende Tags ein und finden Sie den entsprechenden Partner.

## Businessplandaten:

### Zielgruppe

Als Zielgruppe sieht qwoola – The Social Tool alle Personen von 18 – 99 Jahren mit einem Android Smartphone. Egal ob man einen Partner für den Sport, ein Unterstützer für eine Projektidee oder einfach jemand Gleichgesinnten bei Problemen sucht, jeder kann in dieser App Kontakte finden.

### Kundennutzen

Der Kundennutzen der App liegt in der schnellen, gezielten und konkreten Kontaktaufnahme. Bei der Kontaktaufnahme wird die Anfrage mit verschiedenen Tags versehen. Aufgrund dieser, werden Personen die genau diese Tags besitzen herausgesucht und mit dem Anfrager gematcht. So fällt träger Informationsaustausch weg und konkrete Anliegen können direkt behandelt werden. Ist der initiale Kontakt hergestellt, können sich die Beteiligten auf eine Kommunikation außerhalb der App einigen oder falls die Anliegen nicht übereinstimmen den Kontakt wieder beenden.

### Alleinstellungsmerkmale

Das Tagssystem und auch die Idee eines sozialen Netzwerks sind nicht neu. Jedoch die Kombination aus verschiedenen Faktoren, die sich in der qwoola App finden, bildet ein neues Konzept. Das sind:

- Anonyme Kommunikation
- Zusammenführung von Menschen für bestimmte Zwecke
- Offene Umwelt für User zur Mitgestaltung der App
- Kein Gruppendruck durch private Kommunikation zweier Nutzer
- Kein Social-Media-Network, sondern ein Social Tool

### Marktpotenziale

Da die Zielgruppe des Social Tools groß ist und kein bestimmtes Anliegen das Thema der App bestimmt, sondern jeder Nutzer sein ganz persönliches Anliegen jeder Art anbringen kann, hat dieses Konzept großes Potential, da es auch kein anderes Produkt mit diesen Merkmalen gibt.



## WueKlima



### Teammitglieder

Verena Meier // Christian Knaub // Daniel Janke // Franz Hetterich // Ariane Geiger

### Kurzbeschreibung des innovativen Produktes

WueKlima bietet eine Plattform für Bürgerinnen und Bürger aus dem Raum Würzburg, um sich über den Klimawandel und Maßnahmen für Privatpersonen diesem entgegenzuwirken zu informieren. Hierfür werden Artikel auf wissenschaftlicher Basis veröffentlicht, die interessierte Würzburgerinnen und Würzburger aufklären sollen. Außerdem wird es eine Sammlung von Tipps geben, mit denen man selbst aktiv werden kann. Natürlich sind diese Tipps und Artikel nicht nur für Personen aus der Region interessant, sondern allgemein zu verstehen. Jedoch liegt das Augenmerk von WueKlima auf dem persönlichen Bezug zur Region.

## Businessplandaten:

### Zielgruppe

- Bürgerinnen und Bürger aus der Region um Würzburg
- Junge Menschen mit Interesse am Klimawandel

### Kundennutzen

Die Nutzung von WueKlima soll dazu beitragen einem Ohnmachtsgefühl in Bezug auf den Klimawandel entgegenzuwirken, indem dazu angeregt wird selbst aktiv zu werden. Außerdem sind Nutzerinnen und Nutzer von WueKlima über den Klimawandel informiert und können so der öffentlichen und politischen Diskussion über mögliche Gegenmaßnahmen besser folgen und an dieser aufgeklärt teilnehmen.

### Alleinstellungsmerkmale

Im Gegensatz zu anderen Portalen, die über den Klimawandel informieren oder Tipps liefern, bietet WueKlima beides: Information und Hilfestellung. Darüber hinaus sind bereits bestehende Plattformen überregional und daher unpersönlich. WueKlima stellt eine persönliche Nähe durch den regionalen Bezug her und vereint Informationen auf einer Plattform, die sich Bürgerinnen und Bürger sonst mühsam aus mehreren Quellen zusammensuchen müssten.

### Marktpotenziale

Es gibt einen wachsenden Markt an Bürgerinnen und Bürgern, die sich über den Klimawandel informieren und aktiv werden wollen. Da Klimaschutz notwendig ist, um den Wohlstand unserer Gesellschaft zu erhalten und Privatpersonen selbst durch Einhaltung einiger Klimaschutzmaßnahmen Geld sparen können, wird dieses Thema auch in Zukunft einer steigenden Nachfrage nach Information gegenüberstehen. Wenn man sich für den Anfang auf die Planungsregion Würzburg beschränkt, zu der die Stadt Würzburg zählt, sowie die umliegenden Landkreise Würzburg, Kitzingen und Main-Spessart, dann erhält man ein Marktpotential von circa einer halben Million Nutzer (Stand 2007: 515.734 Einwohner). Man kann davon ausgehen, dass diese Zahl in der Zwischenzeit gewachsen ist. Wenn man dem gegenüberstellt, dass nicht alle Bürger Interesse am Klimawandel haben, kann man aufgrund der eingangs genannten Gründe immer noch mit 400.000 interessierten Einwohnern rechnen. Hinzu kommen noch Nutzer, die nicht direkt aus der Region Würzburg sind, sondern aus einer angrenzenden Region wie Tauberfranken oder dem Schweinfurter Umland. Außerdem erreicht WueKlima durch seine Online-Präsenz auch Nutzer aus dem gesamten deutschsprachigen Raum, für die Artikel und Tipps ohne regionalen Bezug von Interesse sind. Somit ist ein Marktpotential von 500.000 Nutzern realistisch.