

Mobili.me



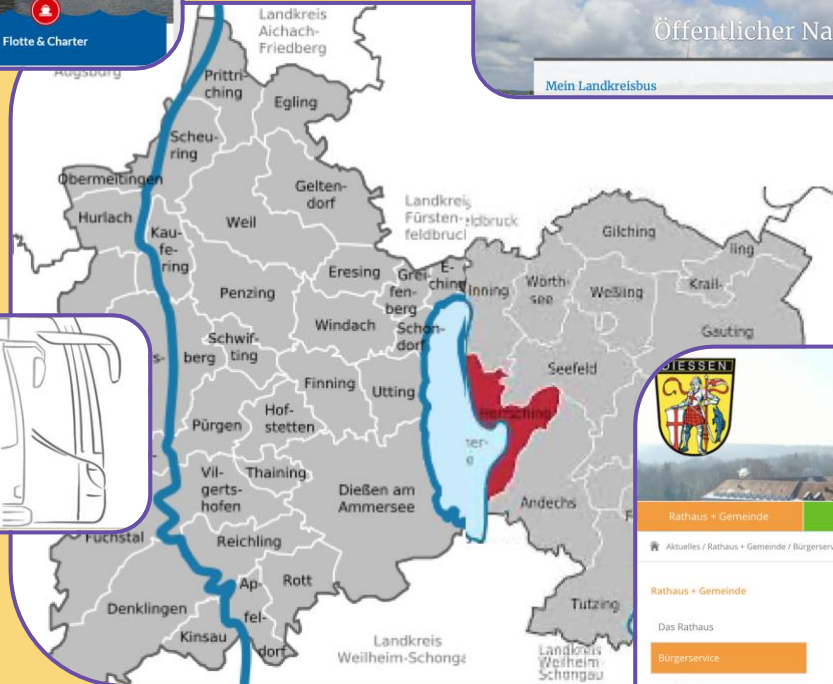
Car(e)free Travelling.



Vorstellung...



...vs. Realität



Lage am Ammersee

- > fehlende Übersicht über Alternativen zum Auto für Touristen
- > kein gemeinsames Mobilitätskonzept
- > fehlende Gesamtübersicht über Transportmöglichkeiten am See



Unser Ziel

- > **alle bestehenden öffentlichen Verkehrsangebote rund um den Ammersee verbinden**

Lösung

-> Applikation für das Handy mit allen bestehenden Mobilitätsangeboten

Mehrwert für unsere Kunden

- alle Mobilitätsangebote schnell und einfach auf einen Blick
- **Reisevorschläge mit kurzen Strecken**
- Informative Beiträge zu den jeweiligen Zielen
- ein Ticket für alles
- Attraktivität durch Kombination mit Freizeitangeboten

zusätzliches Ziel

- Schonung der Umwelt
- Reduzierung der Lärmbelästigung



Prototyp

<https://xd.adobe.com/view/004d811e-1918-40ac-7153-7e01c3fb4e8f-767c/>

Wettbewerb

“Vernetzte Mobilität steckt noch in den Kinderschuhen.”



USPs



Wir sind die
Einzigsten, die alle
Angebote
übersichtlich
vereinen



Wir sorgen für
eine gute
Datenqualität



Wir denken
regionaler als
globale Anbieter
wie Google



Wir schaffen
Reiseinspirationen

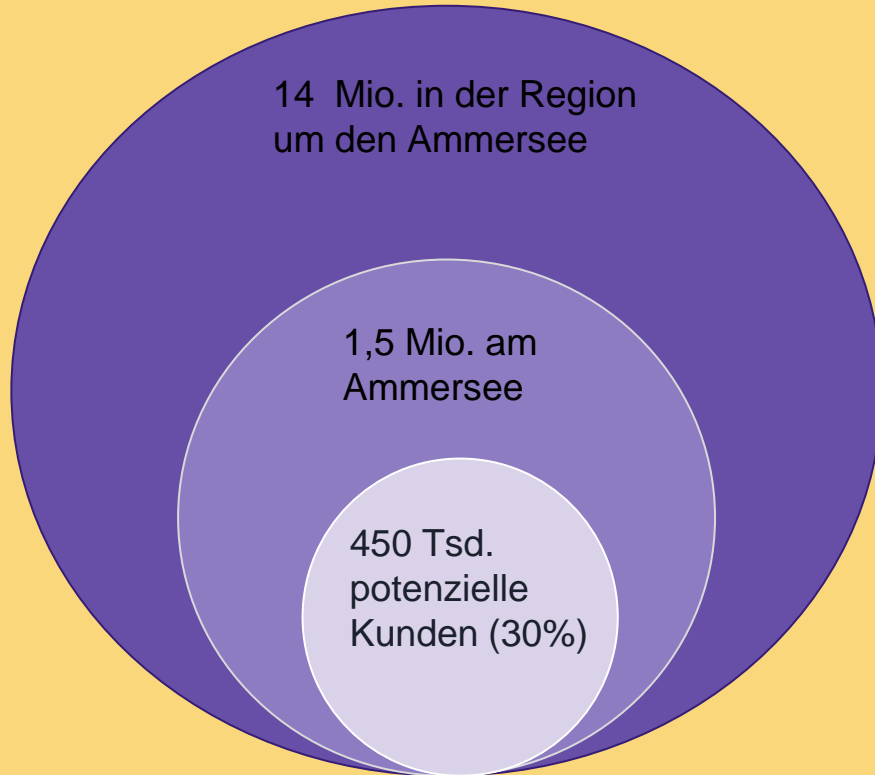


Wir entlasten
die Umwelt

Ammersee (Launch 2. Jahr)

Marktpotenzial

gemessen in Tagestouristen pro Jahr



Marktvolumen (Ziel)

20% von 450 Tsd.
potentiellen Kunden



90.000 Kunden pro
Jahr



7.500 Kunden pro
Monat

Business Model - Pricing



Mobilitätsangebote

- geringe Marge von 5%
- Durchschn. Kombiticket-Preis 25€

-> Margenanpassung regionale

Mobilitätsanbieter nach einem Jahr:

5% Kunde

5% von Fahrradverleihern
Schiffahrt



Freizeitangebote

- kostenlose 3-monatige Testphase
- nach Ablauf von 3 Monaten: Inhalte bleiben nur bei Zahlung einer **Provision**
- Durchschn. Ticketpreis 10 €
- Provision: 5% pro Nutzer

**1,75€ pro
Kunde**

Marketing

- S-Bahn/Zug Werbung
- Werbung/Info auf unsere App auf der Website von Tourismuseiten vom Ammersee
- Posten in der Facebook Gruppe „Ausflugstipps Bayern“ (kostenlos)
- Aufkleber bei all unseren Partnern mit QR-Code
- Social Media Marketing mit Bildern von unbekannteren Orten



Strategiekonzept

1. Quartal:

Programmierer für die App akquirieren, Basis App-Inhalte aufbereiten und einpflegen (Standorte, Öffnungszeiten)

Aufnahmegespräche mit ÖPNV, Schifffahrt, Fahrradverleih, Einpflegen der Inhalte und Tickets mit Preiszuschlag von X%

2. Jahr: Offizieller Start der App
Kundenakquise

Aufnahmegespräche mit allen Restaurants und Freizeit Anbietern (kostenlos)

Nach 3 Monaten: Verhandeln mit Restaurants und Freizeit Anbietern über Provision

4. & 5. Jahr:

Expansion in ganz Bayern

3. Quartal: Probedurchlauf mit Testgruppe

Verbesserungen vornehmen

Marketingkonzept ausarbeiten

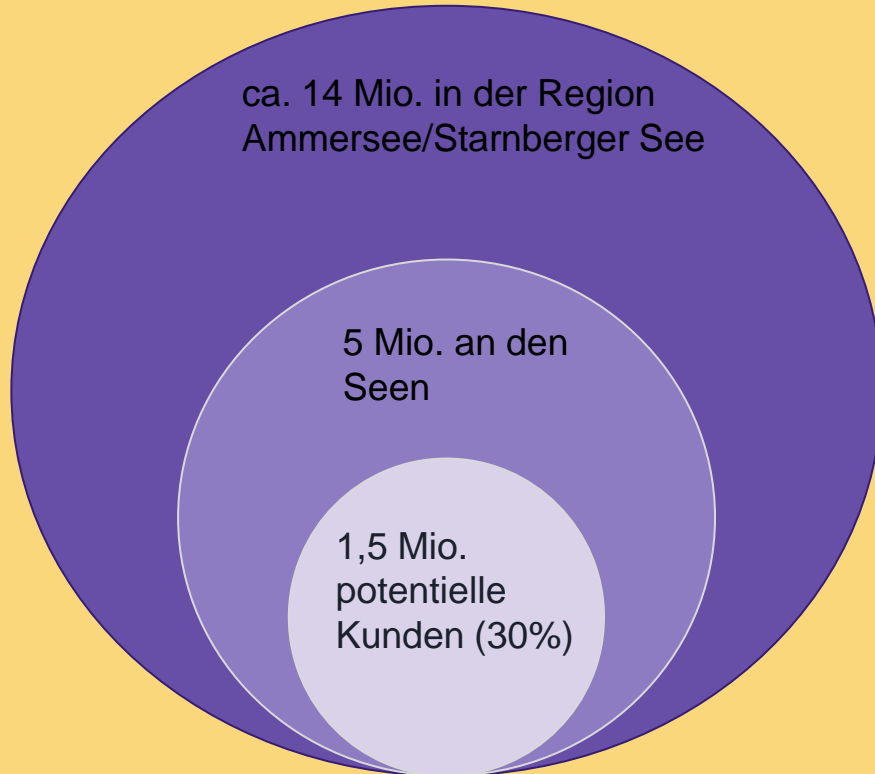
3. Jahr: Einstellen von Mitarbeitern für die Datenqualität und Buchhaltung

Expansion komplettes 5-Seenland

Expansion Starnberger See (3.Jahr)

Marktpotenzial

gemessen in Tagestouristen pro Jahr



Marktvolumen (Ziel)

20% von 1,5 Mio.
potentiellen Kunden



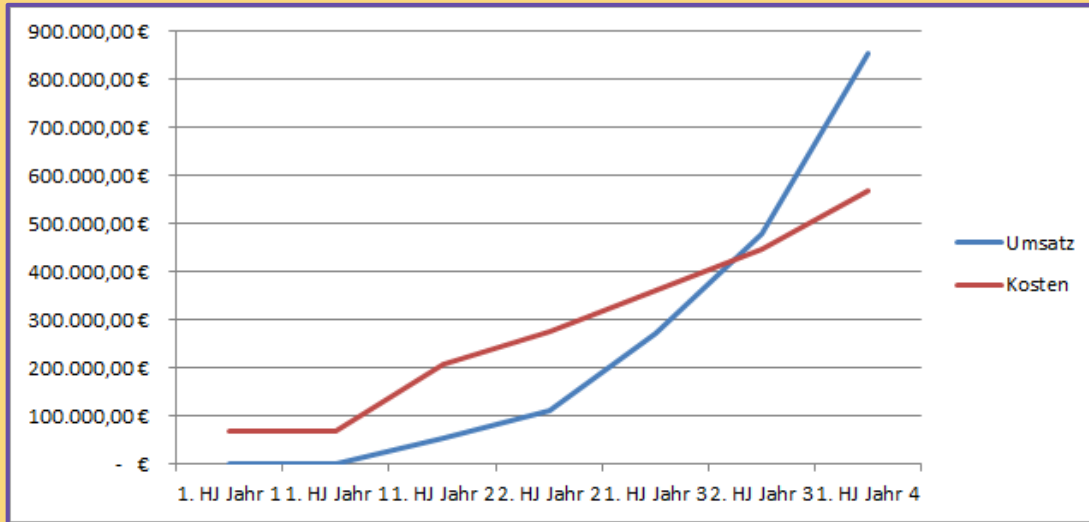
300.000 Kunden pro
Jahr



25.000 Kunden pro
Monat

Finanzplan

Finanzkalkulation



- Erreichung Break-Even-Point im Oktober im 3. Jahr nach Gründung

- im 1. Jahr noch kein Umsatz (Markteintritt der App erst im 2. Jahr)

- Einnahmen pro Ticket bei 1,75€

- Kundensteigerung jedes Jahr
-> Einbezug saisonaler Schwankungen

- Startkapital von 175.000€

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Car(e)free Travelling.