

TalentLoop - Der digitale Coach



Firmenbezeichnung Innoviduum GmbH

Adresse Hafenstraße 47-51

4020 Linz

Telefon +43 660 4927887

E-Mail: markus.pollhamer@innoviduum.at

Web: www.innoviduum.at

Verfasser/Team Markus Pollhamer

Datum 12.07.2018



1.	Executive Summary	3
2.	Produkt bzw. Dienstleistung	6
3.	Markt & Wettbewerb	. 18
4.	Marketing	. 28
5.	Unternehmen & Management	. 38
6.	Erfolgs- und Finanzplanung	.46
7.	Umsetzungsplanung	. 55



1. Executive Summary

Die Idee

Viele Menschen haben das Bedürfnis nach professioneller Begleitung in beruflichen Veränderungsprozessen. Bestehende Lösungen (z.B. Persönliches Karrierecoaching) sind teuer und bringen Barrieren (soziale Hemmschwelle) mit sich.

Durch TalentLoop, den digitalen Karrierecoach, können kosten- und zeitintensive Beratungsprozesse digital abgebildet werden, was zu örtlicher und zeitlicher Flexibilität und Kostenersparnis führt. Darüber hinaus können andere Personen in den Prozess eingebunden werden und es kann automatische eine Archivierung von Daten und Prozessschritten gewährleistet werden. Spielerische und motivierende Abläufe sorgen für Spaß bei der individuellen Karriereplanung.

Das Team

Das Unternehmerteam besteht aus 5 Personen, wobei der Geschäftsführer 51% der Firmenanteile hält. Das Team vereint nicht nur kaufmännische und technische Kompetenzen sowie Berufserfahrung in unterschiedlichsten Unternehmensbereichen, sondern verfolgt auch eine gemeinsame Philosophie und Vision. Dem Team ist wichtig, Inhaltliches immer professionell zu vermitteln. Kreativität, Leichtigkeit und der Start-Up Spirit dürfen dabei aber nicht zu kurz kommen. Vollzeit im Unternehmen sind Markus und Anna Pollhamer sowie die technische Angestellte Patricia Schwärzler. Christina, Gerald und Markus L. arbeiten im Ausmaß von mind. 10 Stunden/Woche im Unternehmen mit. Mit steigendem Umsatz werden auch diese Gründer Vollzeit ins Unternehmen einsteigen.

Die digitalen Kompetenzen werden großteils von Fr. Schwärzler (Programmiererin) und Hr. Lebersorger abgebildet (MSc Digital Business Management, FH Steyr). Die Expertise der Persönlichkeitsentwicklung wird in erster Linie durch Anna Pollhamer abgebildet. Neben mehrjähriger Berufserfahrung im Bereich Personalentwicklung ist sie ausgebildete Coach, Personal- und Organisationsentwicklerin (MSc an der Sigmund Freud Universität Wien). Markus Pollhamer bringt seine Expertise im Bereich der Produktentwicklung und des Innovationsmanagements ein. Darüber



hinaus sind insgesamt 4 der 5 GründerInnen ausgebildete Coaches und TrainerInnen mit Berufserfahrung im Bereich Personal- und Organisationsentwicklung.

Das Unternehmen

Die Innoviduum GmbH wurde im Oktober 2016 gegründet. Trotz umfangreicher Investitionen in die Produktentwicklung konnten wir im Jahr 2017 bereits einen Bilanzgewinn erwirtschaften.

Die Vermarktung

TalentLoop wurde für Privatkunden (b2c Markt) konzipiert. Zielgruppe sind Menschen, die sich in einer beruflichen Orientierungsphase befinden oder zumindest das latente Bedürfnis einer Um- bzw. Neuorientierung haben. Laut einer aktuellen Studie der ManpowerGroup¹ sind 50 Prozent der angestellten Mitarbeiter in Deutschland mit ihrem Arbeitsplatz so unzufrieden, dass sie sich nach einem neuen Job umsehen wollen.

Grundstrategie von Innoviduum ist es potentielle Anwender mit relevanten und qualitativ hochwertigen Inhalten zu erreichen. Das umfassende Fachwissen der beteiligten Personen (Gründer) ist dabei die erforderliche Kernkompetenz. Insgesamt besteht das Vermarktungskonzept aus 4 wesentlichen Säulen: Online Marketing, Offline Marketing, Inbound Marketing und die eigenständige Verbreitung durch den im TalentLoop System integrierten "Buddy-Effekt"²

Die Finanzen

Bis dato wurden alle Investitionen aus eigener Kraft (operativer Cashflow, Gesellschaftereinlagen) bzw. durch Förderungen (FFG, tech2b) getätigt. Wir konnten in den ersten Geschäftsjahren bereits 6-stellige Umsätze erreichen. In den Jahren 2019 und 2020 entsteht ein Kapitalbedarf von € 220.000.- Dieser soll

_

¹Vgl.:https://www.manpowergroup.de/fileadmin/manpowergroup.de/Studien/MPG_180727_Bevoelkerungsbefragung_Jobzufriedenheit_2018_Beruf_Familie.pdf

² Der Buddy-Effekt entsteht, wenn User Feedback von Freunden, Familie und Kollegen einholen. Hierbei kommen viele weitere Personen mit TalentLoop in Berührung, ohne dass wir Aufwände für Marketing und Vertrieb haben.



2019 in Form von Venture Capital (Convertible Loan) ins Unternehmen eingebracht werden. Das Kapital wird für den Vertrieb und das Onlinemarketing benötigt.

Der Erfolg

Im Jahr 2021 machen sich die Investitionen bezahlt und wir rechnen mit einem Gewinn von etwas mehr als € 200.000.-



2. Produkt bzw. Dienstleistung

Produkt- bzw. Dienstleistungsbeschreibung

Die Digitalisierung führt zu massiven Veränderungen in der Arbeitswelt. Die hohe Dynamik führt zu häufiger Neu-/Umorientierung im beruflichen Kontext und macht mehr Quereinstiege und Umstiege notwendig. Viele Menschen haben das Bedürfnis nach professioneller Begleitung in derartigen Veränderungsprozessen. Bestehende Lösungen (Persönliches Karrierecoaching) sind teuer und bringen Barrieren mit sich, die eine Inanspruchnahme derartiger Leistungen in einem nur sehr eingeschränkten Ausmaß zulässt.

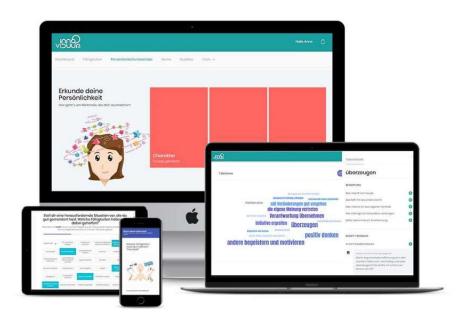


Abbildung 1: TalentLoop Webapplikation

Innoviduum entwickelt deshalb digitale Lösungen, um berufliche Orientierung zu begleiten. TalentLoop – der digitale Stärken-Coach - ist das erste Produkt und wurde bereits am Markt eingeführt. TalentLoop ermöglicht es, persönliche Talente zu identifizieren, zu verifizieren und zu visualisieren. Der Weg dazu ist ein spielerischer Prozess, der es ermöglicht, Begabungen aus unterschiedlichen Blickwinkeln in iterativen Schritten (Loops) zu beleuchten. Neuartig ist insbesondere die Integration von Fremdsicht durch ein Buddy-System (Stärken-



Feedback durch Freunde, Familie oder Kollegen). Schritt für Schritt erlangen die Anwender mehr Aufschluss über ihre Talente und Begabungen. Die Ergebnisse dienen als Basis für die berufliche Neuorientierung. Innoviduum stellt hierzu Features zur Verfügung, die es den KundInnen ermöglichen Karriereoptionen auf Basis der eigenen Fähigkeiten, Persönlichkeitsmerkmale und Werte zu bewerten. Der nächste Schritt im Konzept ist die Entwicklung eigener thematischer "Coaching-Programme" wie z.B. ein Programm für "Mehr Erfolg im Job" oder ein Programm für "Entwicklung von Führungskompetenz". Damit einhergehend erfolgt die Erhöhung der System-Intelligenz in Form einer regelbasierten Logik, die eine kontinuierliche Interaktion mit den Usern fördert und weitere Daten erfasst. Somit werden die Voraussetzungen für ein selbstlernendes System geschaffen. Ziel ist mittelfristig, ein Tool zu etablieren, das die User zu kontinuierlicher persönlicher Entwicklung animiert und dabei unterstützt.

Stärken und Schwächen

<u>Stärken:</u> Durch TalentLoop können kosten- und zeitintensive Beratungsprozesse (zum Teil) digital abgebildet werden. Die computervermittelte Kommunikation ermöglicht z.B. örtliche und zeitliche Flexibilität, Kostenersparnis, einfache Einbindung anderer Personen, spielerische und motivierende Abläufe, Archivierung von Daten und Prozessschritten, Anonymität etc.

TalentLoop kann sowohl als Stand-Alone Lösung, wie auch als Ergänzung in Beratungsprozessen eingesetzt werden.

<u>Schwächen:</u> Nicht alle Prozesse der Karriereberatung bzw. des Coachings lassen sich digital abbilden. Es gibt Interventionen, die einer qualifizierten fachlichen Betreuung bedürfen. Sollte jedoch weiterführender Interventionsbedarf bestehen kann eine Vermittlung zu einem Coach erfolgen. Aktuell ist nicht geplant ein Coaching-Netzwerk anzubinden. Diese Option wird jedoch evaluiert.



(Wachstums-)Strategie

Folgende Abbildung zeigt einen Überblick über die wesentlichen Phasen der Unternehmensentwicklung.

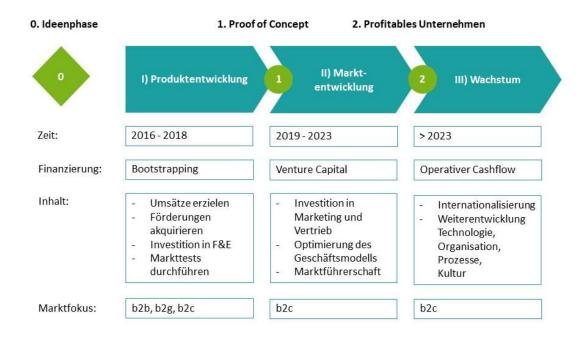


Abbildung 2: Eckpunkte der Wachstumsstrategie

Ziel nach der Ideenphase (2015-2016) war es, die Ideen in einem Produkt umzusetzen. Die benötigten Ressourcen wurden dabei ausschließlich durch operativen Cashflow, Einlagen des Gründerteams sowie durch Förderungen sichergestellt (Bootstrapping). Wichtig in dieser Phase war die Sicherstellung operativer Umsätze, das Testen unterschiedlicher Zielgruppen und Märkte sowie die finanzielle Unabhängigkeit gegenüber Banken und Investoren.

Deshalb wurde in dieser Phase neben Tests im Ausbildungssektor und im privaten Bereich der b2b Markt fokussiert (gute Kontakte und Know-how im Gründerteam vorhanden). Zum einen konnten so durch ein hybrides Leistungsangebot (TalentLoop in Verbindung mit Dienstleistungen) relevante Umsätze erzielt werden, zum anderen konnten wertvolle Erkenntnisse zur Verwendung des Produktes (Usability) gewonnen werden.



Im nächsten Schritt liegt der Fokus auf der Skalierung des Produktes. Daher wird der Vertrieb in Richtung Privatkunden fokussiert und es ist Kapital für den Aufbau von Marketing und Vertrieb nötig. Schnelles Wachstum und die Bindung möglichst vieler User an das TalentLoop System sind Voraussetzung für die Entwicklung der Marktführerschaft im Bereich des "digitalen Berufs-Coachings".

Projekte mit Unternehmen oder öffentlichen Einrichtungen werden weiterhin abgewickelt, sofern eine positive Aufwand/Nutzen-Bilanz gezogen werden kann.

Entwicklungsstand

Nach knapp 3-jähriger Entwicklungszeit wurde TalentLoop im Mai 2018 mit neuer Architektur und in neuem Design gelauncht. Aktuell handelt es sich bei Talentloop um eine dynamische Web Applikation, die so aufgebaut wurde, dass sie sowohl inhaltlich als auch funktional erweiterbar ist.

Bereits vor dem eigentlichen Launch wurden intensive Markttests durchgeführt und TalentLoop wurde in unterschiedlichen Kontexten getestet.

Kontext 1: b2c – Private Endanwender im Kontext der persönlichen Entwicklung (Schwerpunkt Beruf)

User: Endkunde	Käufer: Endkunde

Kontext 2: b2b – Unternehmen im Kontext der Entwicklung von MitarbeiterInnen, Führungskräfte und Teams

User: Mitarbeiter, Teams	Käufer: Unternehmen

Kontext 3: b2g – Jugendliche im Kontext der beruflichen Orientierung

User: SchülerInnen	Käufer: Bund, Land, Schule, Eltern

Zur besseren Abgrenzbarkeit wurden für die beschriebenen **Zielgruppen eigene Varianten** abgebildet. Diese sind in vollem Funktionsumfang verfügbar. Außerdem ist TalentLoop aktuell in **deutscher und englischer Sprache verfügbar**.



Überblick Entwicklung:

Zeit	Entwicklungsstand					
Jän. 2016	Start Konzeption					
Aug. 2016	Abbildung erster Prototypen (Umsetzung gemeinsam mit					
	externem Dienstleister)					
April 2017	Abbildung der wesentlichen Prozessschritte in einer					
	Webapplikation (Funktionaler Prototyp - Innovationsscheck FH					
	Hagenberg)					
	Start Forschungsförderungsprojekt (Im Februar 2017 wurde im					
	Rahmen des Förderprogramm FFG AT:net ein erster Prototyp					
	eingereicht und von der Jury sehr gut bewertet ("weist ein sehr					
	hohes Niveau auf").					
Mai. 2018	Relaunch der Plattform (Erweiterung der Funktionalitäten, neue					
	Architektur, neues Design); Entwicklung Inhouse (Anstellung von					
	Programmiererin)					
Juli 2018	2000 registrierte User auf der Plattform					
Okt. 2019	Start Forschungsförderungsprojekt "Impact Innovation" (FFG) zur					
	Entwicklung einer spezifischen Lösung für Jugendliche					
Nov. 2019	Start Online Marketing Kampagnen b2c					

Ausblick: Die zukünftige Weiterentwicklung fokussiert neben inhaltlichen Erweiterungen, einer verbesserten User Experience, einen steigenden Interaktionsgrad mit den Nutzern sowie eine steigende Systemintelligenz. Zusätzlich werden neue Technologien eingebunden (Native App, Voice Interface). Versuche mit Voice-Services (z.B. Alexa von Amazon) weisen darauf hin, dass zukünftig derartige Interfaces für Interventionen (Coaching/Beratung) geeignet erscheinen.

Markenschutz

Der Name Innoviduum ist als Wortmarke geschützt.



Markennummer	Markenwortlaut	Bild Q	Quelle	Anmeldedatum	InhaberIn	Waren-/Dienstleistungsklassen	Prioritäten	Status	Registerauszug (unbeglaubigt)
272754	INNOVIDUUM	C	DEPA	28.11.2012	Pollhamer	35, 41, 38		Registriert	Registerauszug

Abbildung 3: Auszug aus dem Markenregister

Die Anmeldung eines Patentes zum Schutz der Webapplikation scheint nach derzeitigem Stand äußerst schwierig, da eine Voraussetzung für die Erteilung eines Patentes die Beschreibung des zu lösenden **technischen** Problems oder die der Erfindung zugrunde liegenden **technischen** Überlegungen ausreichend widerspiegeln müssen. Da keine Lösung für ein **technisches** Problem vorliegt scheint eine Anmeldung wenig erfolgversprechend.

Hingegen wird die Strategie verfolgt, möglichst rasch eine große Zahl an Usern an das System zu binden und somit einen Vorsprung gegenüber den Wettbewerbern herauszuarbeiten. Das System selbst, insbesondere die digitalisierten Coachingprozesse, sind schwer kopierbar, da eigene Berechnungsmodelle und Algorithmen entwickelt wurden, welche dynamisch sind und nicht ohne weiteres nachvollzogen werden können.

Kundennutzen

TalentLoop ist ein digitaler Coach, der dabei unterstützt Stärken zu entdecken, zu aktivieren und gewinnbringend zu nutzen. Durch Coaching-ähnliche Interventionen trägt TalentLoop so zu beruflicher Orientierung bei. Wie TalentLoop das macht? Wie ein echter Coach – er stellt die richtigen Fragen. Besonderen Mehrwert bietet die Einbindung der Fremdsicht. Auch Freunde, Familie und Kollegen können eingebunden werden. Sie geben wertvolle, positive Rückmeldungen zu den eigenen Stärken und zur eigenen Persönlichkeit. Vorhandene Potenziale werden so individuell und kollektiv besser nutzbar gemacht. Mit dem Ergebnis, dass KundInnen die ihre Stärken leben, nicht nur effektiver und erfolgreicher, sondern auch zufriedener und erfüllter in dem sind was sie machen. Konkret reichen die Wirkungen durch die digital abgebildeten Prozesse von emotionaler Entlastung, Stressabbau, Perspektivenwechsel und erhöhter Selbstreflexionsfähigkeit bis hin zu verbesserter Führungskompetenz und Kommunikation sowie zu einem



besseren Beziehungsverhalten und effektiverem Handeln. Individuelle und kollektive Ziele können leichter erreicht und Konflikte besser gelöst werden.

Durch TalentLoop lassen sich speziell die Vorteile der digitalen Welt für persönliche Entwicklung nutzen. Kosten- und zeitintensive Beratungsprozesse können (zum Teil) digital abgebildet werden. Die computervermittelte Anwendung und Kommunikation ermöglichen:

- 1. Örtliche und zeitliche Flexibilität
 - a. Responsive Webapplication (geeignet für PC, Tablet und Smartphone)
 - b. Dynamischer Prozess (keine zeitliche Abhängigkeit im Ablauf)
- 2. Kostenersparnis
 - a. Persönliches Coaching ist sehr teuer (€ 80 € 200 / Std.)
- 3. Einfache Einbindung anderer Personen
 - a. Einbinden unterschiedlicher Peergroups in den Prozess möglich
 - b. Abbildung von Feedbackprozessen (Stärkenfeedback von Freunden und Kollegen)
- 4. Spielerische und motivierende Abläufe
 - a. Gamification Aspekte
 - b. Notifications
 - c. Visualisierungen und Dynamik des Systems
- 5. Archivierung von Daten und Prozessschritten
 - a. Daten sind immer und überall zugänglich
 - b. Daten werden in persönlichem Account verwaltet
- 6. Anonymität
 - a. Oft große Barriere eine Beratung in Anspruch zu nehmen
 - b. Einfach anmelden und loslegen

Folgende Grafik zeigt eine Selbst- und Fremdeinschätzung verschiedener Nutzenaspekte. Die Selbsteinschätzung beruht auf den Annahmen des



Innoviduum-Teams, die Fremdeinschätzung geht auf eine Userbefragung im Zuge einer Fokusgruppe zurück (15 TeilnehmerInnen).

Legende: 5 hoher Nutzen / 0 Kein Nutzenbeitrag

Nutzenaspekte	Selbst-	Fremd-	
	einschätzung	einschätzung	
Gesellschaftliche Wirkung:			
Selbsttranszendenz (Beitrag zu einer lebenswerten Welt)	3	3	
Lebensveränderung:			
Selbstverwirklichung	5	4	
Schafft Hoffnung	4	5	
Motivation	3	4	
Orientierung	5	5	
Etwas vererben / hinterlassen	1	0	
Zugehörigkeit und Einbindung	4	3	
Emotionaler Nutzen:			
Nimmt Sorgen	4	3	
Belohnt	3	3	
Nostalgie	1	0	
Design & Ästhetik	2	3	
Image	3	2	
Wohlergehen	5	5	
Therapeutischer Wert	3	3	
Spaß & Unterhaltung	3	4	
Funktional:			
Qualität	4	4	
Spart Kosten	4	4	
Spart Zeit	3	3	
Vereinfacht	3	4	
Sorgt für Einkünfte	4	2	
Senkt Risiken	4	3	
Organsiert	4	4	
Integriert	4	4	
Verbindet	4	4	
Senkt den Aufwand	2	3	
Vermeidet Ärger	3	2	
Ermöglicht Vielfalt	5	4	
Klärt auf	4	4	

Die Einschätzung der Nutzenaspekte durch Kunden lässt darauf schließen, dass viele Nutzenaspekte angesprochen werden. Speziell Nutzenaspekte, welche die



Lebensveränderung betreffen wie "Selbstverwirklichung" und "Orientierung" wird ein sehr hoher Nutzen zugesprochen.

Alleinstellungsmerkmale

Folgend werden die Alleinstellungsmerkmale von TalentLoop dargestellt:

TalentLoop ist ein durchgängig digitalisierter Prozess

- Dadurch wird die örtliche und zeitliche Flexibilität erhöht
- Daten sind jederzeit abrufbar, sie sind gesichert und können nicht verloren gehen
- Ergebnisse werden dynamisch berechnet (keine Momentaufnahme wie z.B. bei psychologischen Testverfahren)

TalentLoop ist preiswerter als persönliches Coaching

Kostenersparnis (Die Inanspruchnahme von einer Stunde Coaching kostet
 3-4x so viel wie die Nutzung von TalentLoop für ein ganzes Jahr)

TalentLoop ermöglicht die Einbindung von unterschiedlichen Peergroups in den Coachingprozess

- 360° Sicht auf die eigene Persönlichkeit durch die Einbindung von Freunden, und Kollegen
- Positives Feedback (positive Emotionen werden geweckt direkter Nutzen)
- spielerische und motivierende Abläufe

Konkurrenzprodukte

Der Ansatz systemische Coachingprozesse digital abzubilden (digitaler Coach) und die Aufgabe des Coaches zumindest teilweise an einen intelligenten, digitalen Assistenten auszulagern, wird derzeit noch nicht verfolgt bzw. sind keine konkreten Aktivitäten am Markt beobachtbar.

Es sind lediglich digitale Angebote verfügbar, die den Ansatz des Micro-Coachings verfolgen. Gemeint sind Dienste wie etwa:

- **HiMoments** (erlebte Glücksmomente werden am Smartphone festgehalten und können jederzeit wieder abgerufen werden)
- FutureMe (digitaler Brief an mich selbst, der nach einer gewissen Zeit wieder erscheint und als Reflexionshilfe dient)



Bei diesen Angeboten werden lediglich einzelne Aspekte des Coachings digital abgebildet.

Neben einzelnen Applikationen, die Teilaspekte abbilden, werden auch digitale Medien eingesetzt um die Dienstleistung des Coachings zu erbringen (Skype, Whats App, etc.). Diese Medien dienen jedoch lediglich als Unterstützung bzw. als Kommunikationskanal.

Innovationsgrad

Die Zukunft wird weder dem Menschen noch der Technologie alleine gehören. Durch TalentLoop wird eine Symbiose - ein wechselseitiges Zusammenspiel zwischen Mensch und Technologie - geschaffen. Die Interaktion von Mensch und "Maschine" zum Ziel der individuellen Weiterentwicklung des Menschen ist Kern der Innovation. Momentan bieten Coaches im Bereich der Karriereberatung ihre Dienste an, um Reflexions- und Entscheidungskompetenz zu entwickeln bzw. zu stärken oder konkrete berufliche Fragestellungen zu klären.

Hier gibt es den klaren Vorteil der persönlichen Betreuung (Reaktion auf das Verhalten der Klienten, Empathie, etc.). Systemisches Coaching ist jedoch teuer, zeitintensiv und hat weitere Hürden, die potenzielle Kunden davon abhält persönliches Coaching in Anspruch zu nehmen.

Die Lösungen von Innoviduum ermöglichen es, viele für das Coaching relevante Prozesse besser und vor allem preiswerter zur Verfügung zu stellen. So kann einer breiten Masse ein Zugang zu Selbstreflexionsprozessen ermöglicht werden.

Soziale Auswirkungen sind in folgenden Bereichen zu erwarten:

- Kostengünstiger und spielerischer Zugang zu persönlicher
 Weiterentwicklung für eine breite Masse an Menschen
- Bessere berufliche Orientierung und somit weniger Ausbildungsabbrüche sowie weniger Unzufriedenheit im Beruf, was zu enormen Kosteneinsparungen führt
- Gestärktes Selbstvertrauen durch den Fokus auf die eigenen Potenziale und die Bestätigung durch Stärken-Feedback von Außen



Auswirkungen hinsichtlich Ressourcenschonung:

- Durch die digitale Abbildung entfallen Papierfragebögen, Arbeitsblätter, etc.
 was somit Ressourcen schont
- Anfahrtswege zu Coaches fallen weg

Entwicklung und Produktion

Inhaltliche Entwicklung

Der Forschungsprozess orientierte sich am Design Thinking Ansatz der Stanford d.school. Ideen wurden frühzeitig als Prototypen umgesetzt und mit potentiellen Anwendern sowie Experten aus den Bereichen Coaching und Beratung besprochen (Masterarbeit an der Sigmund-Freud-Universität Wien). In iterativen Schleifen wurden die Lösungsansätze weiterentwickelt. Dabei wurde die Qualität der Prototypen schrittweise erhöht. Von selbst erstellten Skizzen über digitale Mockups bis zum klickbaren Prototyp. Für die Umsetzung der digitalen Prototypen wurde ein lokales IT-Unternehmen, die Webresource GmbH beauftragt.

Die finale Version des Prototyp wurde 2016 im Rahmen des Förderprogramm FFG AT:net eingereicht und von der Jury sehr gut bewertet (.."weist ein sehr hohes Niveau auf").

Abgesehen von Forschungsprojekten wird mittlerweile die gesamte Produktentwicklung Inhouse gemacht. Die Pflege von Inhalten wie z.B. Auswahllisten, Texte und Multimedia Inhalte, erfolgt ebenso Inhouse. Dies ermöglicht es die Inhalte laufend zu optimieren. Grafische Arbeiten werden teilweise extern beauftragt.

Technische Entwicklung

Bei Talentloop handelt es sich um eine dynamische Web Applikation auf Basis des PHP-Frameworks Symfony 3.1.10. Die Web Applikation nutzt das *SSL Protokoll*, welches eine sichere Verbindung sowie eine Verschlüsselung des Datentransfers sicherstellt. Die serverseitige Programmierung erfolgt in der Programmiersprache PHP. Sämtliche Daten werden ausschließlich in einer mySQL Datenbank - *mySQL*



Serverstandort Linz - mit Hilfe von Doctrine gespeichert. Bei Doctrine handelt es sich um ein Framework, das die Möglichkeit der objektrelationalen Abbildung sowie eine Datenbankabstraktionsschicht für PHP bereitstellt. Die clientseitige Programmierung erfolgt in der Sprache JavaScript (jQuery). Die Datenübertragung zwischen Client und Server erfolgt mit AJAX, wobei hier die Sicherheit mit bereits genannter SSL-Verschlüsselung sichergestellt wird.

Der User registriert sich mit einem Namen (oder Alias) einer e-mail Adresse und einem selbst gewählten Passwort auf der Seite https://talentloop.innoviduum.at/. Die e-mail Adresse dient der Verifikation und muss bestätigt werden. Es sind keine weiteren persönlichen Daten notwendig um TalentLoop zu nutzen. Alle Daten bleiben ausschließlich beim User selbst und können von diesem auch jederzeit (per Knopfdruck im Profil) gelöscht werden.

<u>Forschungsförderungen</u>

Technologische Weiterentwicklungen, wie auch zielgruppenspezifische Neuentwicklungen und marktrelevante Entwicklungen werden zum Teil über Forschungsförderungsprojekte eingetaktet.

- Zielgruppenspezifische Anpassung (Jugendliche): FFG Impact Innovation (€ 100.000.- Projektvolumen) – Zusage im Oktober 2018
- 2) Marktentwicklung: AWS Imulse XL (€ 200.000.- Projektvolumen) Antrag eingereicht
- Technologische Weiterentwicklung: Kooperationsprojekt IT-Cluster (€ 400.000.- Projektvolumen) in Vorbereitung



3. Markt & Wettbewerb

Gesamtmarkt

Der Gesamtmarkt: Coaching

Mit Blick auf Zielgruppen und Märkte lassen sich Coaching-Angebote nach ihrem Anlass in zwei Gruppen aufteilen. Dabei handelt es sich einerseits um sog. Life-Coaching-Angebote und andererseits um Business-Coaching. Unter Life-Coaching fallen alle Angebote, die sich auf primär private Anliegen und Anlässe beziehen (Familie, Beziehung, Gesundheit, etc.). Im Coaching-Segment der privaten Anliegen finden sich außerdem auch eher "schillernd" anmutende Coaching-Anlässe – Angebote wie Koch-Coaching, Astro-Coaching, Glücks-Coaching, etc. Beim Business-Coaching stehen primär berufsbezogene Anliegen und Anlässe im Fokus des Coachings. Natürlich kann es auch im Business-Coaching vorkommen, dass private Themen zum Inhalt des Coachings werden. Grundsätzlich ist das formale Ziel eines Coachings im beruflichen Kontext i.d. R jedoch der Erhalt oder die Steigerung der berufsbezogenen Motivations- und Leistungsfähigkeit eines Klienten und private Themen sollten einen Bezug zu diesen Zielen haben.

Teilmarkt: Businesscoaching³

Beim Business-Coaching handelt es sich um Coaching zu primär beruflichen Anliegen und Anlässen wie bspw. Karriereentwicklung, Leadership oder Transformationsthemen. Businesscoaching lässt sich wiederum anhand der Käufer in zwei Gruppen einteilen:

- Business-Coaching als Personalentwicklungsinstrument (Käufer = Unternehmen)
- Business-Coaching als Karriere-Beratungsprozess, der sich an Privatkunden richtet, und von ihnen beauftragt und finanziert wird

_

³ Die Marktdaten stammen Großteils von den Studien ICF Global Coaching Study 2016, der Marburger Coaching Studie 2016 sowie von https://www.coaching-report.de/coaching-markt.html



Karriereberatung hat sich zu einem großen Markt entwickelt und ist auch weiterhin stark am Wachsen. Unter Karriereberatung versteht man den gemeinsam gestalteten, aktiven Beratungsprozess zwischen Berater und Klient, mit dem Ziel den Klienten als "Akteur seiner beruflichen Entwicklung" zu unterstützen. Die Beratung ist eine individuelle, auf die Bedürfnisse des Einzelnen zugeschnittene Dienstleistung, die den Klienten befähigt, Lösungen zu finden und für ihn angemessene Entscheidungen zu treffen. Karriereberatung ist eine Dienstleistung, die sich an Privatkunden richtet, und von ihnen beauftragt und finanziert wird. Das thematische Spektrum umfasst neben Fragen rund um die berufliche Entwicklung eines Menschen, die sich individuell an seinen Bedürfnissen, Zielen und Fähigkeiten orientiert, die berufliche (Neu-) Orientierung, die Vorbereitung und Umsetzung einer konkreten Stellensuche sowie auch Fragen zur internen Karriereentwicklung.

Umsatzvolumen: Nach Ergebnissen der ICF Global Coaching Study 2016 wird das Umsatzvolumen der Coaching-Branche, bezogen auf das Jahr 2015, weltweit auf rund 2,3 Milliarden US-Dollar geschätzt. Für den westeuropäischen Raum liegen die Schätzungen für 2015 bei 898 Millionen US-Dollar (2011: 830 USD). Von den 21.300 Coaches in Europa sind etwa 8000 in Deutschland tätig und erwirtschaften einen Jahresumsatz von ~ 360 Mio.€. Unter Annahme einer proportionalen Vergleichbarkeit von Deutschland und Österreich ergibt sich damit ein Marktvolumen von ~36 Mio.€ in Österreich.

Wachstum: Über die letzten fünf Jahre verzeichnete der Markt ein durchschnittliches Wachstum p. a. von 20% und mehr. Dieses Wachstum ergibt sich aus den geschätzten steigenden Zahlen der Anbieter und deren Umsätze in den letzten Jahren.

Länder: Nachdem Deutschland in Bezug auf die Anzahl der tätigen Karriere-Coaches weltweit die Nummer drei nach den USA und dem Vereinigten Königreich ist, ist der Schwerpunkt der Marktbearbeitung auch genau auf diese Länder zu legen.



Es gibt jedoch noch eine weitere Perspektive der Marktbetrachtung. Je intelligenter das TalentLoop-System wird, desto mehr rücken wir in Richtung des sogenannten "Psych Tech Marktes". Vor allem in den USA gilt der Markt für "Psych Tech", also die Verschmelzung von Psychologie und Hochtechnologie, als besonders rasch wachsend. Dort werden in diesem Segment jährlich mehrere Milliarden US-Dollar umgesetzt.

Anmerkung: Der oben beschriebene Markt des Business-Coachings bzw. der Karriereberatung kann nicht alleinig für die Bestimmung des Marktanteils bzw. des Absatzpotenzials herangezogen werden. Durch den Einsatz neuer Technologien und die digitale Abbildung einzelner Coachingprozesse, kann Karriereberatung zu Preisen angeboten werden, die einen völlig neuen Markt eröffnen und neue Zielgruppen können angesprochen werden⁴

Marktsegmentierung

TalentLoop wurde für Privatkunden (b2c Markt) konzipiert. Viele Menschen haben das Bedürfnis nach professioneller Begleitung in Veränderungsprozessen rund um die berufliche Orientierung. Bestehende Lösungen (z.B. Persönliches Karrierecoaching) sind teuer und bringen Barrieren mit sich, die eine Inanspruchnahme derartiger Leistungen in einem nur sehr eingeschränkten Ausmaß zulässt. Mit TalentLoop, einem vollständig digitalisierten Prozess kann nun erstmals eine kostengünstige Lösung mit sehr geringen Einstiegsbarrieren für eine breite Masse angeboten werden.

<u>Segmentierung anhand unterschiedlicher Merkmale:</u>

Kriterium	Markt
Geographische Merkmale	Deutschsprachig und englischsprachige Märkte
Demographische Merkmale	Generation Y, Wissensarbeiter
Psychographische Merkmale	Aktiv, desillusioniert, Unzufrieden im Job, auf der
	Suche nach "Sinn im Beruf"
K-Markt	Konsumentenmarkt (Käufer ist Privatperson)

⁴ Siehe hierzu Kapitel "Marktanteil und Absatzpotenzial"

_



Die Marktattraktivität ist als sehr hoch einzuschätzen, da das Segment hohes Wachstum aufweist, das Kundensegment sehr gut erreicht werden kann (durch das digitale Produkt keine regionale Einschränkung) und es kaum Anbieter gibt, die Coachingprozesse digital abbilden.

Zielgruppenbeschreibung

Zielgruppe von Innoviduum sind Menschen, die sich in einer beruflichen Orientierungsphase befinden oder zumindest das latente Bedürfnis einer Um- bzw. Neuorientierung haben. Meist sind sie bereits aktiv auf der Suche nach beruflicher Orientierung und setzen sich bereits mit dieser Thematik auseinander⁵. Laut einer aktuellen Studie der ManpowerGroup⁶ sind 50 Prozent der angestellten Mitarbeiter in Deutschland mit ihrem Arbeitsplatz so unzufrieden, dass sie sich nach einem neuen Job umsehen wollen.

Die Gründe für berufliche Neu- bzw. Umorientierung können dabei vielfältig sein (Position mit besserer Bezahlung, Fehlende Anerkennung der Leistungen, schlechtes Arbeitsklima, etc.). Folgende Auflistung zeigt darüber hinaus mögliche Ursachen für den Bedarf der Zielgruppe:

- Bewusste Suchende: Personen die aktiv auf der Suche nach Sinn und Bestimmung im Berufsleben sind
- WiedereinsteigerInnen: Frauen die nach dem Mutterschutz eine neue berufliche Perspektive suchen
- **Desillusionierte:** Personen die in ihrem aktuellen Arbeitsverhältnis keine Erfüllung finden und keine emotionale Bindung haben
- **Gezwungene:** Arbeitslose und Personen welche unmittelbar von Arbeitslosigkeit bedroht sind z.B. durch angekündigten Stellenabbau
- Arbeitsplatz-Gefährdete: Personen in Berufsfeldern mit geringem
 Zukunftspotenzial, insbesondere jene welche durch Digitalisierung und
 Automatisierung bedroht sind

_

⁵ Unter beruflicher Orientierung ist in diesem Zusammenhang auch der Erhalt oder die Steigerung der berufsbezogenen Motivations- und Leistungsfähigkeit zu verstehen

⁶Vgl.:https://www.manpowergroup.de/fileadmin/manpowergroup.de/Studien/MPG_180727_Bevoel kerungsbefragung Jobzufriedenheit 2018 Beruf Familie.pdf



- **Gesundheits-Gefährdete:** Personen, die in der aktuellen Arbeitssituation hohes Stressempfinden aufweisen und Burn-out gefährdet sind

Auch wenn die Gründe für berufliche Orientierung sehr verschieden sein können, liegt häufig das Bedürfnis nach einer sinnvollen Beschäftigung zu Grunde. Speziell die "Generation Y" und "Generation Z", also jene zwischen 1980 und 2012 geborene Generation suchen aktiv nach einem Job, der ihnen einen Sinn bzw. freie Entfaltung bietet.

Folgende Angebote werden von der potenziellen Zielgruppe nachgefragt:

- 360° Karriereberatung
- Unterstützung bei Bewerbungen
- Berufliche Neuorientierung
- Unterstützung bei Gründung & Selbständigkeit
- Wiedereinstieg
- Karriere 40+
- Burn-out Prävention und Stressmanagement
- Persönlichkeits- und Potenzialentwicklung
- Selbstreflexion und Führungskompetenzentwicklung

Trends

Digitalisierung und Globalisierung, Marktveränderungen und das Entstehen neuer Technologien haben zur Folge, dass Berufsbilder aussterben, dafür aber neue entstehen. Aus den damit immer häufigeren Reorganisations-Changeprozessen in Unternehmen ergeben sich wiederum Chancen und Risiken für Arbeitnehmer: Die zunehmende Instabilität der Arbeitsbeziehungen führt einerseits bei Arbeitnehmern zu Verunsicherung. Gleichzeitig zeichnet sich in Unternehmen eine stärkere Akzeptanz von volatilen Lebensläufen bzw. sogenannten "Multigrafien" ab. Die Vielzahl an Berufen und Ausbildungen machen es beinahe unmöglich, Jobs anhand herkömmlicher Stellenbeschreibungen mit Fokus auf formale Kriterien zu besetzen. Stattdessen treten "weiche Faktoren" immer mehr in den Vordergrund.



Dadurch hat in der Karriereberatung auch das Thema "Übertragbare Kompetenzen" zugenommen. Immer mehr Menschen möchten eine Karriereberatung nicht nur nutzen, um die persönlichen Kompetenzen zu identifizieren, sondern darüber hinaus zu schauen, welche davon sie für neu geschaffene Aufgaben und Tätigkeiten "qualifizieren".

Es lassen sich aber auch Veränderungen, die im Individuum begründet sind, feststellen. So verbuchen KarriereberaterInnen eine Zunahme an Klienten, die den Wunsch nach einer Sinn-stiftenden Tätigkeit wahr werden lassen wollen. Während bisher eher Inhalte wie Führungs- oder Fachkarriere, Gehalt und Jobmatching im Vordergrund standen, gewinnen sinnstiftende Elemente wie die Nutzung der eigenen Talente im Beruf, das Arbeiten an Themen die persönliche Relevanz haben und Resonanz aus dem Umfeld an Bedeutung. Generell ist eine Zunahme an Klienten zu verbuchen, die ihre berufliche Entwicklung aktiv und vorausschauend planen wollen.

Innoviduum verfolgt schon über mehrere Jahre die Trends in der Branche und reagiert mit TalentLoop auf die derzeitigen und zukünftigen Anforderungen im Bereich des Business-Coachings bzw. der Karriereberatung.

Marktanteil und Absatzpotenzial

Der oben beschriebene Markt des Business-Coachings bzw. der Karriereberatung kann nicht alleinig für die Bestimmung des Marktanteils bzw. des Absatzpotenzials herangezogen werden. Durch den Einsatz neuer Technologien und die digitale Abbildung einzelner Coachingprozesse, kann Karriereberatung zu Preisen angeboten werden, die einen völlig neuen Markt eröffnen und neue Zielgruppen können angesprochen werden. Deshalb ist es zielführender eine andere Herleitung zu verwenden:



Folgende Tabelle zeigt die Ableitung vom potentiellen Markt in Richtung des tatsächlichen Absatzvolumens.

Vom Marktpotenzial zum Absatzvolumen						
Volumen	Herleitung	Anzahl	Quelle			
	Einwohner von DE, AUT, CH (Start in der DACH-Region)	97.875.447	Quelle: Statistisches Bundesamt (Stand 2012)			
Markt-	55% zw. 20 und 60 Jahren	53.831.496				
potenzial	90% nutzen Internet	48.448.346	Studie von BVDW, IAB Österreich und IAB Schweiz ⁷			
Markt-	50 % sind unzufrieden im Job 24.224.173		Annahmen abgeleitet von Studien ⁸ ,			
volumen	30 % davon sind bereit Online Plattformen zu nutzen	7.267.252	Expertenbefragungen sowie Befragungen potentieller KundInnen			
Absatz- potenzial	10% können über Marketingmaßnahmen erreicht werden	726.725	Zielsetzung laut			
Absatz-	10 % davon nutzen das kostenlose Angebot	72.673	Marketing- und Absatzplanung			
volumen	25% Conversion-Rate zum kostenpflichtigen Angebot	18.168				

Anmerkung: Verwendet man eine ähnliche Herleitung für den US-amerikanischen Markt ergibt das ein Absatzvolumen von ca. 63.000 Premium-Lizenzen.

TalentLoop - Der digitale Coach

⁷ Quelle: http://www.linux-magazin.de/NEWS/Deutschsprachige-Internetnutzer-erforscht

⁸Quelle:https://www.manpowergroup.de/fileadmin/manpowergroup.de/Studien/MPG_180727_Bevoelkerungsbefragung_Jobzufriedenheit_2018_Beruf_Familie.pdf



TalentLoop kann zum einen als Innovation auf dem Coachingmarkt bezeichnet werden, wodurch neue (preissensitive) Marktsegmente angesprochen werden können. Zum anderen stellt TalentLoop auch eine Ergänzung zu bestehenden Coachingangeboten dar (Coaches können TalentLoop als Zusatzangebot für ihre Klienten einsetzen). Das bedeutet, dass auch Coaches als potenzielle Käufer in Frage kommen, was das Absatzpotenzial weiter erhöht. Eine Strategie dahingehend ist jedoch noch zu entwickeln.

Wettbewerb

Coaching bzw. Berufs- oder Karriereberatung ist weltweit zu einem etablierten und vielfach nachgefragten Instrument der Personalentwicklung gewachsen. Aber auch immer mehr Privatpersonen sind bereit in persönliches Coaching zu investieren, um z.B. in Karrierefragen voranzukommen.

Grundsätzlich kann man bis dato 3 Zugänge unterscheiden:

- 1. Persönliches Coaching bzw. Beratung
- 2. Ratgeber (digital/analog)
- 3. Tests (Persönlichkeitstests, Berufsorientierungstests, etc.)

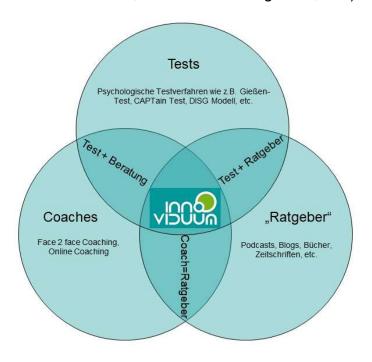


Abbildung 4:Darstellung der Wettbewerbssituation



Coaches: Es gibt eine Vielzahl von Anbietern - von den 21.300 Coaches in Europa sind etwa 8000 in Deutschland tätig - die face 2 face Coachings anbieten. Die persönliche Begleitung durch einen ausgebildeten Coach bietet in vielerlei Hinsicht Vorteile. Jedoch sind diese Angebote sehr teuer. Einzelne Sessions kosten in der Regel zwischen € 100 und € 200. Die komplette Begleitung in einem beruflichen Veränderungsprozess bis zu € 1.000 und darüber hinaus. Damit sind solche, auf die reine Dienstleistung beschränkte Angebote in der Regel nur für Personen aus höheren Einkommensklassen relevant. Zudem besteht für manche eine soziale Hemmschwelle solche Angebote in Anspruch zu nehmen.

Der Markt für Coaching Leistungen ist im Wesentlichen durch eine Vielzahl an Einzelunternehmern und freiberuflich tätigen Coaches geprägt. Größere kommerzielle Anbieter finden sich im Bereich der Personalberatung. In Österreich bieten Unternehmen wie Hill, Trescon, usw. Trainings und Beratungsleistungen für berufliche Orientierung und Veränderung an. Digitalisierung spielt auch hier eine Rolle, denn es werden zunehmend neue Medien zur Unterstützung von Coachings eingesetzt (Skype, WhatsApp, etc.). So werden immer mehr Coachings bereits online durchgeführt.

Ratgeber: Es gibt auch Anbieter, die Content bereitstellen, um Selbstreflexion, Kompetenzentwicklung oder Potenzialentwicklung zu fördern. Vereinzelt werden hier auch Arbeitsblätter zur Verfügung gestellt, um Reflexionsaufgaben zu erleichtern. Die Angebote variieren in Qualität und Preis sehr stark und es ist eine starke Zunahme derartiger Angebote nachweisbar.

Exemplarisch werden hier Anbieter angeführt:

- https://www.zeitzuleben.de/
- https://www.gedankenpower.com/

Tests: Beim dritten Bereich handelt es sich um Testverfahren. Hier kommen z.B. Persönlichkeitstests oder Berufsorientierungstests im Zuge der Karriereberatung zur Anwendung.



Wesentliche Anbieter:

- StrengthsFinder Gallup
- TTI Success Insights (DISG-Modell)
- Potenzialanalyse Reiss Profile
- BIP Test Ruhr-Universität Bochum
- Assess Kompetenzanalyse Scheelen Gruppe (Institut f
 ür Managementberatung und Diagnostik)

Derartige Tests stehen nur selten als Stand-alone Lösung zur Verfügung. Meist wird eine Beratungsleistung zusätzlich angeboten, um die Ergebnisse gemeinsam mit einem Experten zu besprechen und zu interpretieren.

Derartige Testverfahren haben jedoch eine Reihe von Nachteilen:

- Momentaufnahme
- Testsituation (oft werden gesellschaftskonforme Antworten gegeben)
- Papierfragebögen (Ergebnisse gehen verloren)
- Oft nur eigene Sichtweise (kein Feedback durch andere)

Abhängigkeiten

Eine **Abhängigkeit** von Großkunden bzw. ganz spezifischen Kundensegmenten ist nicht gegeben. Auch eine Abhängigkeit zu Lieferanten oder Mitbewerbern ist wenn überhaupt, nur in sehr geringem Ausmaß gegeben.

Eintrittsbarrieren

Generell sind keine kritischen Eintrittsbarrieren zu erwarten. Der Bereich der Karriereberatung ist ein stark wachsender Markt und es handelt sich um kein reglementiertes Gewerbe. Eine Herausforderung besteht jedoch darin, digitale Produkte auf diesem Markt zu etablieren. Das nötige Vertrauen zu potentiellen Usern muss hier erst aufgebaut werden. Mit TalentLoop konnten wir den Kundennutzen jedoch frühzeitig unter Beweis stellen und wir können nun über User-Sories, Referenzen, Whitepaper, etc. vertrauensfördernde Maßnahmen umsetzen.



Ich habe mit TalentLoop gestartet, weil ich in einer Phase der beruflichen Neuorientierung meine Stärken erkennen und reflektieren wollte. Dabei hat mich vor allem das wertvolle Feedback von Freunden, Familie und Kollegen unterstützt Am meisten hat mir das positive Stärken-Feedback gebracht. Es ist nicht nur ein schönes Gefühl, zu wissen was Menschen an einem schätzen. Du siehst dich auch selbst in einem anderen Licht.



RENATE

Business Process Managerin, Linz/Oberösterreich



RONALD Business Development Manager, Scharnstein/Oberösterreich

Abbildung 5: Testimonials als Beispiel für vertrauensfördernde Maßnahmen

4. Marketing

Kundenansprache

Zielkunden von Innoviduum sind Menschen, die sich in einer beruflichen Orientierungsphase befinden oder zumindest das latente Bedürfnis einer Um- bzw. Neuorientierung haben. Meist sind sie bereits aktiv auf der Suche nach beruflicher Orientierung und setzen sich bereits mit dieser Thematik auseinander. Lauf einer aktuellen Studie der ManpowerGroup⁹ sind 50 Prozent der angestellten Mitarbeiter in Deutschland mit ihrem Arbeitsplatz so unzufrieden, dass sie sich nach einem neuen Job umsehen wollen.

Kommunikation an Zielkunden:

Grundstrategie von Innoviduum ist es potentielle Anwender mit relevanten und qualitativ hochwertigen Inhalten zu erreichen. Das umfassende Fachwissen der beteiligten Personen (Gründer) ist dabei die erforderliche Kernkompetenz. Dies geschieht Online in Form von Blog-Beiträgen zu Themen wie Persönlichkeitsentwicklung, Stärken erkennen, Sinn finden und Karriere, sowie durch Erfolgsgeschichten über Menschen die ihre Talente ausleben. In der physischen Welt ist das Unternehmen durch Vorträge bei Veranstaltungen präsent. Durch das Engagement in Sachen Jugendarbeit gelingt es immer wieder mediales

⁹Vgl.:https://www.manpowergroup.de/fileadmin/manpowergroup.de/Studien/MPG_180727_Bevoel kerungsbefragung Jobzufriedenheit 2018 Beruf Familie.pdf



Interesse zu wecken. Hier können wir bereits auf erfolgreiche Pressearbeit zurückblicken¹⁰. Insgesamt besteht das Vermarktungskonzept aus vier wesentlichen Säulen: Online Marketing, Offline Marketing, Inbound Marketing und eine eigenständige Verbreitung durch den Buddy-Effekt¹¹.

Werbemittel und Kommunikationskanäle

Online

Der Schwerpunkt der Kommunikationsaktivitäten findet im Online Bereich statt. Zentrum ist dabei die Website welche als Content Hub für die Distribution der Inhalte in die weiteren Kanäle dient. Inhalte in Form von Blog Beiträgen oder Stories über Testimonials werden hier veröffentlicht und in den anderen Kanälen geteilt. Ziel der Aktivitäten in den sozialen Kanälen ist es mit den Nutzern in einen Dialog zu treten. Dazu dienen die Inhalte aus der Website sowie kanalspezifische Kommunikationsmaßnahmen.

Nachfolgend der Überblick zu einzelnen Kanälen:

- Website: (http://www.innoviduum.at/) erste Ausbaustufe ist online.
- Facebook: (https://de-de.facebook.com/Innoviduum/)
- Weitere soziale Netze: Profile angelegt und erste Basis Inhalte eingepflegt
 - https://twitter.com/innoviduum
 - https://www.xing.com/companies/innoviduumgmbh
 - https://plus.google.com/u/0/113553129213897922585
 - https://www.youtube.com/channel/UCc32ZOmvDi64yxA5Np010ww

_

Marketing und Vertrieb haben.

¹⁰ https://www.innoviduum.at/innoviduum/presse-media-center/

¹¹ Der Buddy-Effekt entsteht, wenn User Feedback von Freunden, Familie und Kollegen einholen. Hierbei kommen viele weitere Personen mit TalentLoop in Berührung, ohne dass wir Aufwände für





Abbildung 6:Darstellung der Online Kanäle

- Facebook: dient als primäres Sprachrohr zu den Anwendern. Neben Inhalten der eigenen Website auch für Inhalte über Innoviduum und zu Innoviduum relevanten Themen aus anderen Medien. Zusätzlich hier sind Abstimmungen und Diskussionen zu relevanten Themen geplant.
- Twitter: bietet sich neben dem Streuen von Nachrichten vor allem dafür an um Supportanfragen zu beantworten um die Zahl an einzelnen E-Mail Anfragen zu begrenzen.
- Google+ hat zwar im deutschsprachigen Raum wenig Bedeutung als
 Community. Google reiht die dortigen Inhalte aber bevorzugt in den
 organischen Suchergebnissen. Weswegen wesentliche Inhalte der Website
 auch hier re-publiziert werden.
- Xing: ist mittlerweile zu einer sehr relevanten Plattform für alle Themen rund um Karriere und persönliche Entwicklung geworden. Für uns ist es daher unerlässlich Beiträge in den entsprechenden News-Kategorien und Interessensgruppen zu veröffentlichen.



- YouTube: Bereitstellung der neuen Image-Videos sowie Demovideos zu TalentLoop und den folgenden Diensten.
- Newsletter: da nicht alle Personen aus den Zielgruppen in sozialen Netzwerken aktiv sind wird es auch einen Newsletter geben der eine Zusammenfassung der wichtigsten Neuigkeiten rund um Innoviduum enthält.

Offline

Das Online Marketing wird begleitet durch umfassende Aktivitäten in der physischen Welt. Geplant sind vor allem Vorträge und die Kooperation mit Meinungsführern und Multiplikatoren ("The Mentalist" Manuel Horeth). Ziel der Vorträge ist es die Grundidee hinter Innoviduum lebendig zu transportieren. Wichtig bei Vorträgen ist das Potenzial an earned Media, welches entsteht, wenn Veranstaltungen von reichweitenstarken Medien begleitet werden. Daraus wiederum werden sich positive Synergien mit der Online Welt ergeben. Wichtige Meinungsführer und Multiplikatoren für Talent Loop sind insbesondere Coaches und Trainer im Bereich Persönlichkeitsentwicklung. Neben der persönlichen Ansprache von einzelnen Personen im eigenen Netzwerk werden wir uns an Ausund Weiterbildungsanbieter wenden. TalentLoop Premium soll für Teilnehmer von Coaching Ausbildungen gratis zur Verfügung gestellt werden. Gleiches gilt für Trainer Ausbildungen im Bereich hochwertige Achtsamkeit und Persönlichkeitsentwicklung. Die Zusammenarbeit mit diesen Organisationen dient zudem als vertrauensbildende Maßnahme und ist eine wichtige Quelle zum Aufdecken von Weiterentwicklungsmöglichkeiten.

- Auszug Vorträge: Trainerkongress Wien, Karriereforum Linz, Karriereforum St. Pölten, Karriereforum Salzburg, Alumni Club FH Oberösterreich, Elisana Zentrum für Gesundheit, Gamechanger Festival Wien, JKU Linz; etc.
- Dienstleistungen: Vereinzelt werden face2face Coachings, Teamtrainings oder Führungskräftetrainings durchgeführt. Diese Dienstleistungen werden immer in Kombination mit TalentLoop durchgeführt. So können wir auf der



- einen Seite Einnahmen generieren und auf der anderen Seite "Fans" für unser Produkt gewinnen, die in unserem Sinne Mundpropaganda betreiben.
- Multiplikatoren: erste Gespräche mit relevanten Coaches und Trainern im Bereich Persönlichkeitsentwicklung z.B. Manuel Horeth, watchado, teach4austria, Education Group, GFP - Gesellschaft für Personalentwicklung, etc.

Buddy System

Eine zentrale Stellung in der Vermarktungsstrategie hat das Buddy System. Nutzer werden dazu veranlasst sich Feedback von Familie, Freunden und Kollegen einzuholen. Diese Personen benötigen selbst keine Registrierung bei Innoviduum um Feedback zu geben. Sie landen aber in unserer Online Welt und erhalten abschließend natürlich ein Angebot die Basic Variante von TalentLoop kostenlos zu verwenden. Erste Offline-Versuche haben gezeigt, dass jene Menschen, die von Freunden oder Kollegen zu einem Feedback aufgefordert werden, auch selbst gerne mehr über die eigenen Talente und Begabungen erfahren möchten und somit eine hohe Bereitschaft haben, TalentLoop zu nutzen.

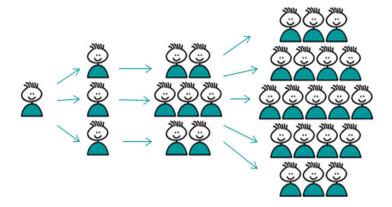


Abbildung 7: Schematische Darstellung des Multiplikatoreffektes

Inbound Marketing

Die drei erstgenannten Maßnahmen dienen primär dazu Reichweite zu erzeugen und Personen für die Nutzung von TalentLoop Basic zu gewinnen. Um



wirtschaftlich erfolgreich zu sein, ist es aber erforderlich möglichst viele Nutzer für ein Upgrade auf die Premium Variante zu gewinnen. Der aussichtsreichste Ansatzpunkt dafür ist eine gezielte personalisierte Ansprache. Basierend auf dem individuellen Nutzungsverhalten sollen die Anwender eine Reihe von Support Mails erhalten in denen die Nutzung, insbesondere aber auch der Nutzen der Dienste hervorgehoben wird¹². Zusätzlich sollen diese Aussendungen eine Möglichkeit für direkten Kontakt mit dem Team eröffnen. Anbei ein beispielhafter Auszug aus dem geplanten Spektrum:

- Einsteiger Tipps: Informationen und Ratschläge für eine rasche Orientierung in TalentLoop
- Hinweis Badge-System: Erklärung des Badge-Systems: wie kann der Anwender zusätzliche Abzeichen erhalten
- Hinweis Buddy-Feedback: für alle die bereits mehrere Loops absolviert haben aber noch keine Buddies hinzugefügt haben
- **Erinnerung Loops:** für alle die längere Zeit inaktiv waren und noch nicht alle Loops der Basic Variante durchlaufen haben
- Hinweis Premium: Ausblick auf die Features der Premium Variante, insbesondere zusätzliche Loops, PDF Export und Entscheidungshilfe
- Rabatt Aktion: für jene die alle Funktionen der Basic Variante ausgeschöpft haben, aber nach einiger Zeit noch immer kein Upgrade durchgeführt haben

Vertriebskanäle

Digitale Dienste

Basisvariante gratis verwenden. Das Upgrade auf die Premium Variante, sowie der Erwerb weiterer Dienste erfolgt direkt in der Applikation. Mit dem Launch des ersten Service Package wird auch eine App-Version von TalentLoop bereitgestellt. Es handelt sich dabei um einen Frame der eine Installation unter iOS und Android

Der Zugang zu Innoviduum erfolgt primär über die eigene Website oder eigene

Landingpages. Von dort gelangt der Kunde zu TalentLoop und kann diesen in der

_

¹² Zusendung von produktbegleitenden Informationen ist rechtlich unbedenklich, Abmeldung jederzeit möglich



ermöglicht. Inhalt ist weiterhin die Standard Variante von TalentLoop. Der Launch der App Varianten dient unter anderem vertrieblichen Zwecken um die App-Stores als zusätzlichen Vertriebskanal zu nutzen.

Vertriebsrelevant sind insbesondere auch die Aktivitäten zur Gewinnung von Multiplikatoren. Ziel ist es Partnerschaften auf Basis wechselseitiger Vorteile zu etablieren. Trainer erhalten mit TalentLoop Basic ein attraktives Tool welches sie kostenlos in Trainings einsetzen können. Für die meisten Trainings ist die Basic Variante ausreichend und wesentlich attraktiver als die üblicherweise verwendeten Papierfragebögen eines klassischen Persönlichkeitstests¹³. In weiterer Folge ist Online wie Offline ein Affiliate Programm geplant, welches Multiplikatoren eine Vergütung ermöglicht. Die Details dazu sind in einer nächsten Phase durch Gespräche mit relevanten Trainern und Coaches zu klären.

Offline

Ein weiterer Vertriebskanal sind einschlägige Verlage und Zeitschriften zu Themen rund um persönliche Entwicklung. Verfügbare Modelle sind die Vergütung durch Provisionen oder die Bereitstellung von Gutschein-Codes zum vergünstigten Erwerb von TalentLoop für Abonnenten und Stammkunden.

Verkaufsstrategie

Die Dienstleistung der Karriereberatung galt bis dato nur wenigen "gutverdienenden" Personen vorbehalten. TalentLoop kostet jedoch nur ca. die Hälfte einer einzigen Coachingstunde bei einem Karriereberater. Damit können völlig neue Zielgruppen im Online-Bereich angesprochen werden.

Strategische Vorgehen:

- 1. Aufbau Sales-Funnel (Landingpage mit "Mini-Coach")
- 2. Test von Werbeplattformen (facebook, goolge AdWords, etc.)
- 3. Entwicklung perfomance-basierter Werbeanzeigen
- 4. KPI's festlegen, damit Aussagen über die Effektivität der Werbemaßnahmen getroffen werden können
 - a. Bestimmung CPA (Costs per Acquisition)

¹³ eigene Erfahrung aus zahlreichen Social Skills Trainings



- b. Bestimmung EPA (Earnings per Acquisition)
- 5. Datenorientierte Optimierung der Kampagnen
- 6. Skalierung der Kampagnen zu höheren Budgets
- 7. Langfristige Markenpositionierung und Ausbau der Wertschöpfungskette

Preisgestaltung

In der Preisgestaltung wird auf eine möglichst hohe Marktdurchdringung abgezielt. Die Premium Variante von TalentLoop wird um € 60.- angeboten.

Leistung Kundennutzen		Preis ¹⁴		
TalentLoop Basic	Abbildung einzelner Standardfunktionen (Loops, Buddy-Feedback, Visualisierungen)	kostenlos		
TalentLoop Premium	wie Basic, aber mehr Iterationen (höhere Validität), Entscheidungshilfe für Karrierefragen, PDF Export, etc.	€ 60 einmalige Lizenzkosten		
Zukünftig	Eigene Programme, mehr Interaktion (Push Notifications), mehr Systemintelligenz, Fortschrittskontrolle, etc.	Abo-Modell (jährliche Gebühr)		

Mit steigender Systemintelligenz, Userinteraktion und eigenen Coaching-Programmen kann die einmalige Zahlung auf ein Abo-Modell umgestellt werden, bzw. können die Programme selbst (z.B. als eine Art In-App-Käufe) angeboten werden.

Zahlungskonditionen

Die Bezahlung erfolgt direkt in der Applikation. Es stehen alle gängigen Zahlungsfunktionen zur Verfügung (Kreditkarte, Paypal, Sofortüberweisung). Alle Zahlungsarten sind gebührenfrei. Erst mit der Auftragsbestätigung hat der User Zugriff auf alle Premiumfunktionen. Rabatte werden in Form von speziellen Promotions angeboten. Generell ist Software als Hauptgegenstand des Vertrages ein digitaler Inhalt i.d.S. Deshalb richtet sich das Verbraucherwiderrufsrecht nach

.

¹⁴ Bruttopreise für Endkunden



den Bestimmungen in den §§ 312f Abs. 3, 356 Abs. 2 Nr. 2, Abs. 5, 357 Abs. 9 BGB.

Kundenservice

Für Service- und Beschwerdeanfragen haben wir eigene digitale Formulare auf der Website sowie direkt im Tool eingerichtet. Somit soll die Hürde genommen werden Beschwerden, aber auch Anregungen an uns heranzutragen. Generell verstehen wir das Feedback unserer Kunden als die beste Möglichkeit zu lernen und unser Produkt weiterzuentwickeln. Kundenanfragen haben höchste Priorität und werden umgehend behandelt.

Markteintrittsstrategie und Marktentwicklung

Die Vermarktung von TalentLoop hat bereits begonnen. In der Testphase konnten wertvolle Erkenntnisse zur Preisbereitschaft, zur Verbesserung der Usability, etc. gewonnen und umgesetzt werden. Mit dem Launch von TalentLoop (Mai 2018) ist eine erhebliche Steigerung der Reichweite zu erwarten.

Anmerkung: Siehe Entwicklung der Userzahlen im Kapitel Erfolgs- und Finanzplanung.

Internationalisierung

TalentLoop wird vorerst nur in deutscher und englischer Sprachvariante angeboten. Die Vermarktungsaktivitäten konzentrieren sich bis Ende 2018 auf Österreich. Anfang 2019 findet eine aktive Vermarktung in Deutschland durch die beschriebenen Maßnahmen statt. Parallel dazu werden erste Tests in UK und den USA durchgeführt. Nach erfolgreichen Tests findet die Markteinführung im englischsprachigen Markt statt (Mitte bis Ende 2019).

Aufwand der KundInnenakquise

Die ersten Tests ergeben, dass die CPA (Cost per Acquisition) derzeit bei ca. €30 liegen, die EPA (Earning per Acquisition) bei €42 (durchschnittlicher Preis aufgrund



diverser Aktionen). Somit ergibt sich ein DB von €12. Diese Werte müssen jedoch durch eine Skalierung der Werbebudgets erst bestätigt bzw. validiert werden.

Zielgruppenmarketing

Bei der Hauptzielgruppe handelt es sich um private Endkunden. Die Marketingmaßnahmen werden auf die jeweiligen Bedarfe angepasst. Zum Beispiel gibt es eigene Inhalte zum Thema "berufliche Um- bzw. Neuorientierung" sowie eigene Inhalte für "Persönlichkeits- und Potenzialentwicklung".

Diese Inhalte werden über die oben genannten Kanäle (Website, Blog, social media, etc.) publiziert und es werden auch themenspezifische Landingpages erstellt. Darüber hinaus können zukünftig die angebotenen Programme gesondert vermarktet werden. "Coaching-Programme" wie z.B. Programme für:

- Mehr Zufriedenheit und Erfolg im Job
- Berufliche Neuorientierung
- Bewerbungstraining
- etc.

Anmerkung: Unternehmen und öffentliche Bereiche werden gesondert behandelt. Hier erfolgt die Kundenansprache ausschließlich direkt. Anna Pollhamer ist für diese Kunden zuständig und wickelt die Aufträge ab.



5. Unternehmen & Management

Informationen zum Unternehmen

Stammdaten Innoviduum GmbH

Firmenname	Innoviduum GmbH		
Gründungsdatum	17.10.2016		
Stammkapital	35.000€		
Anschrift	Hafenstraße 47-51, 4020 Linz		
Geschäftsführung	Markus Pollhamer		
UID	ATU71559208		
Firmenbuchnummer	FN 461022 z		

Anmerkung: Der Firmenname "INNOVIDUUM" ist als Marke registriert.

Eigentumsverhältnisse

Die folgende Tabelle beinhaltet eine Aufstellung der Eigentumsverhältnisse. Es wurde vereinbart, dass jeder Gesellschafter 10.000€ in das Unternehmen einbringt. Um dabei aber die umfangreichen Vorleistungen von Markus Pollhamer berücksichtigen zu können, wurde eine Aufteilung zwischen Stammeinlage und Gesellschafterdarlehen vorgenommen.¹⁵

Name	Anteil	Einlage	Darlehen	
Markus Pollhamer 51%		8.925	1.075	
Anna Pollhamer 13%		2.275	7.725	
Christina Pichler 12%		2.100	7.900	
Gerald Pichler 12%		2.100	7.900	
Markus Lebersorger	12%	2.100	7.900	

¹⁵ diese Modalitäten wurden in Zusammenarbeit mit der Rechtsanwaltskanzlei Herbst/Kinsky, Linz und dem Steuerberater Raml&Partner, Linz festgelegt und in einem Gesellschaftervertrag festgehalten.



Firmensitz

Als Firmensitz wurde Linz gewählt, da hier über die letzten Jahre ein "Start UP Ökosystem" entstanden ist und von diesem enorm profitiert werden kann. Innoviduum war 2 Jahre im Hightech Incubatorenprogramm bei tech2b und ist jetzt bei Akostart. Geplant ist ab 2019 zu Startup 300 zu wechseln und dann eigene Büroräumlichkeiten anzumieten.

Unternehmensanalyse

<u>Mission</u>

"Unsere Mission ist es, Menschen und Unternehmen zu unterstützen, ihr volles Potenzial zu verwirklichen"

Innoviduum sieht sich als ständiger Begleiter, um Menschen in Veränderungsprozessen ein selbstbestimmtes und autonomes Handeln zu ermöglichen. Durch die Dienste wird die Freude am Erkennen des eigenen Potenzials und der Mut fürs Tun gefördert. Wir verhelfen zu innerer Klarheit und Wirksamkeit nach außen und bringen mehr Sinn und Leichtigkeit ins (Berufs-) Leben.

Vision

Das individuelle Entfalten und Ausleben uns innewohnender Potenziale ist die Basis für ein erfolgreiches Bestehen in immer unberechenbarer werdenden Zeiten. Durch TalentLoop werden sich die Menschen immer mehr ihres Wertes bewusst, kennen ihre Potenziale und leben diese Einzigartigkeit bewusst und individuell aus. Dies trägt wesentlich zur Bewusstseinsänderung unserer Gesellschaft bei.

Strategische Planung

Ziel des Unternehmens ist es, sich am Markt als **der** Dienst für "digitales Coaching" zu etablieren. Dazu wird das Unternehmen eigene Dienste entwickeln und Kooperationen mit Anbietern von komplementären Dienstleistungen aufbauen.

Erster Meilenstein war der Launch der **TalentLoop Basic** Version Mai 2017. Die **TalentLoop Premiumversion** wurde um mehrere Loops erweitert und umfasst zusätzliche Funktionalitäten wie das Modul der Entscheidungsfindung hinsichtlich Berufs- und Ausbildungswahl auf Basis der erhobenen Daten. Der Launch der



Premium-Version wurde im September 2017 umgesetzt. Durch umfangreiches Testen und das resultierende Markt- und Kundenfeedback konnten wir zahlreiche neue Features entwickeln und auch die Architektur anpassen. Seit Mai 2018 ist TalentLoop in neuem Design und mit neuer Architektur verfügbar.

Die inhaltliche Weiterentwicklung gewährleistet, dass KundInnen immer wieder neuen Nutzen aus der Applikation ziehen können. Immer mehr Daten des Users werden gesammelt und können in nutzenstiftenden Applikationen verwertet werden.

Um die Liquidität des Unternehmens sicherzustellen, werden Trainings in Kombination mit unserem Tool angeboten. Neben SPAR (bereits 400 Lizenzen verkauft) wurden auch weitere namhafte Unternehmen akquiriert.

Mittelfristig haben wir neben den technischen Entwicklungen auch unser Geschäftsmodell weiterentwickelt und werden zukünftig neben einer einmaligen Lizenzgebühr auch ein Subscribtion Modell (jährliche Beitragszahlungen) anbieten.

Folgende weitere Maßnahmen sind mittel- langfristig geplant:

- Maßnahmen zur Marktdurchdringung
- Neben dem Online-Service wird die TalentLoop Premium Version auch als App für iOS und Android verfügbar sein, um auch diesen Vertriebskanal nutzen zu können.
- Geografische Expansion (Unsere Dienste stehen jetzt auch auf Englisch zur Verfügung. Speziell der englischsprachige Raum bietet äußerst große Skalierungspotenziale)
- Aufbau eines Partnernetzwerks (Neben den oben beschriebenen Ertragsmodellen werden wir unser Tool zur Potenzialfindung und Potenzialentwicklung auch Coaches in Form eines Lizenzierungsmodells zur Verfügung stellen)
- Umsetzung einer b2b Lösung für den Bereich der Personalentwicklung (Assessment, Recruiting, Führungskräftetrainings, etc.



Organisationsstruktur

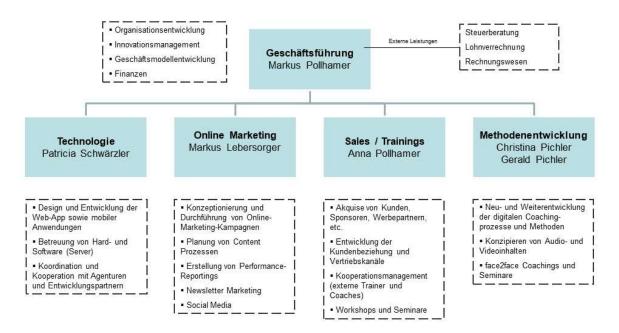


Abbildung 8: Abbildung der Organisationsstruktur

Im Rahmen des Geschäftsmodells liegt ein besonderer Fokus auf den folgenden Funktionen, die es eigenständig oder gemeinsam mit Kooperationspartnern (bei hohem Eigenanteil) zu entwickeln bzw. weiterzuentwickeln gilt:

- Softwareentwicklung
- Sicherstellen des laufenden Betriebes (Webportal, mobile Applikationen, Wartung des Systems, etc.)
- Marketing und Vertrieb

Ziele

Kurzfristige Ziele:

- Skalierung des Geschäftsmodells
- Liquidität sichern
 - Operativer Cashflow

Mittelfristige Ziele:

- Beschleunigen des Unternehmenswachstums
 - Investoren an Board holen



<u>Langfristige Ziele:</u>

- Internationalisierung
 - US-Markt

Unterstützung und Hilfestellungen

Unterstützung erhalten wir in erster Linie von Incubatoren wie tech2b, Akostart oder zukünftig Startup300. Hier profitieren wir vom großen Netzwerk sowie der langjährigen Expertise der Akteure dort.

Durch langjährige Berufserfahrung des gesamten Gründerteams können wir auf eine Vielzahl von beruflichen sowie privaten Kontakten zurückgreifen.

Das soziale Engagement der Gründer in unterschiedlichen Bereichen (Markus ist Obmann des Alumniclubs der FH OÖ, Anna ist Leiterin der Pfadfindergruppe Vöcklamarkt, etc.) entstehen immer wieder neue Kontakte und Möglichkeiten. Außerdem konnten wir bereits mehrere Förderungen akquirieren.

Gründungsteam

Das Unternehmerteam vereint nicht nur kaufmännische und technische Kompetenzen sowie Berufserfahrung in unterschiedlichsten Unternehmensbereichen, sondern verfolgt auch eine gemeinsame Philosophie und Vision. Dem Team ist wichtig, Inhaltliches immer professionell zu vermitteln. Kreativität, Leichtigkeit und der Start-Up Spirit dürfen dabei aber nicht zu kurz kommen.

Vollzeit im Unternehmen sind Markus und Anna Pollhamer sowie die technische Angestellte Patricia Schwärzler.

Christina, Gerald und Markus L. arbeiten im Ausmaß von mind. 10 Stunden/Woche im Unternehmen mit. Mit steigendem Umsatz werden auch diese Gründer Vollzeit ins Unternehmen einsteigen.

Markus P

- DI (FH) Innovations & Produktmanagement (FH Oberösterreich)
- Diplomierter Produktentwickler (Montanuniversität Leoben)
- Diplomierter systemischer Coach und Berater (St. Galler Coachingmodell)



- 1 Jahr Berufserfahrung im Bereich Qualitätssicherung Hard- und Software
- 4 Jahre Berufserfahrung im Bereich Produkt- und Dienstleistungsmarketing
- 4 Jahre Berufserfahrung im Bereich F&E sowie Business Developement
- 6 Jahre Erfahrung im Bereich lateraler Führung (Projekt-, Team- und Themenverantwortung)
- Führungserfahrung als Forschungsleiter eines Hightech-Konzerns (Leitung von 37 MitarbeiterInnen)
- 2 Jahr Geschäftsführung der Innoviduum GmbH
- Autor: "Was ist vor der Produktentwicklung?" Shaker Verlag; und "Entwicklungsqualität" – Hanser Verlag
- Vortragender an der FH Oberösterreich in den Bereichen Innovationsmanagement und Business Development
- Generalobmann des Alumni Club FH OÖ
- Beirat der pdma Austria (product development & management association)

Anna

- DI (FH) Innovations & Produktmanagement (FH Oberösterreich)
- Msc. Coaching, Personalentwicklung & Organisationsentwicklung (Sigmund Freud Universität Wien)
- Ausgebildete WIFI-Fachtrainerin
- 13 Jahre Erfahrung in p\u00e4dagogischer Arbeit und pers\u00f3nlicher Entwicklung mit Jugendlichen (Pfadfinderleiterin)
- 2 Jahre Personalentwicklerin bei SPAR
- 7 Jahre Berufserfahrung im Produktmanagement und Business Excellence bei Primetals Technologies Austria
- Internationale Vortragende bei Kongressen und Veranstaltungen
- 5 Jahre Erfahrung im Bereich lateraler Führung (Projekt-, Team- und Themenverantwortung)
- Unternehmergeist

Gerald

- Magister der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften (JKU Linz)
- Ingenieur der Elektrotechnik (HTL Waidhofen/Ybbs)
- 2 Jahre Berufserfahrung im Bereich Personalentwicklung bei Fronius International
- 10 Jahre Berufserfahrung im Industriegütermarketing (Produktmarketing und Innovation)
- 5 Jahre Berufserfahrung als elektrotechnischer Projektmanager für Industrieanlagen



- Ausgebildeter Coach und Trainer (hypnosystemisches Coaching)
- Diplomierter Yogalehrer (PGA Linz)
- Zertifizierter PranaVita Energetiker
- Weiterbildungen: Transformationstherapie, Mediale Schule, Advaita Vedanta.
- Langjährige Erfahrung im interkulturellen Management durch zahlreiche Auslandaufenthalte

Christina

- Magistra der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften (JKU Linz)
- Diplomierte Yogalehrerin (PGA Linz)
- Zertifizierte PranaVita Energetikerin
- Weiterbildungen in Transformationstherapie nach Robert Betz, der Medialen Schule nach Andrea Schirnack, Advaita Vedanta, Yogaphilosophie, Atem- und Meditationstechniken
- 4 Jahre Berufserfahrung im Bereich Corporate Marketing einer Identiting-Agentur
- 6 Jahre Marketingleitung im Bio-Lebensmittelbereich
- 7 Jahre Erfahrung im Lehren und Weitergeben von Yoga- und Meditationspraktiken
- 2 Jahre Erfahrung in der individuellen Begleitung von Menschen in Wandlungsprozessen

Markus L

- Magister der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften (JKU Linz)
- Master Digital Business Management (FH Steyr)
- 7 Jahre Strategische Koordination der IT-Applikationen in Marketing und Vertrieb
- Projektleitung CRM und MS-SharePoint
- Durchführung von Marktstudien und strategische Evaluierung von Vertriebspartnern
- ÖH JKU, Sozialreferat



Fähigkeiten Profil des Gründerteams inkl. techn. Angestellte						
	Markus Pollhamer	Anna Stabauer	Markus Lebersorger	Gerald Pichler	Christina Pichler	Patricia Schwärzler
Harte Faktoren						
Marketing & Kommunikation	3	2	3	3	3	1
Webdesign	1	0	2	0	1	3
Verkauf (Online)	1	1	2	1	2	2
Organisationsentwicklung	3	3	2	2	1	0
Personalwesen & -entwicklung	2	3	0	3	2	0
Projektmanagement	3	3	3	2	2	1
Finanzen & Controlling	2	1	2	1	1	1
Software und Hardware	2	1	3	0	0	3
Kooperations- & Partnerbeziehungen	3	3	2	2	2	1
Buchhaltung und Personalverrechnung	1	1	0	0	0	0
Office- Management & Verwaltung	2	2	1	2	2	2
Fremdsprachen	2	3	1	1	2	1
Strategie - Business Development	3	2	2	3	2	0
Innovationsmanagement	3	3	1	3	0	0
Weiche Faktoren						
Soziale Kompetenz	3	3	2	3	3	2
Initiative und Leidenschaft	3	3	3	3	3	3
Kommunikationsfähigkeit	3	3	3	3	3	2
Verkaufsfähigkeit	2	3	2	2	2	1
Verhandlungstechnik	2	3	1	2	2	1
Durchsetzungsvermögen	2	3	3	3	2	1
Coaching	3	3	0	3	3	0
Führungskompetenz	3	3	2	2	2	1
Konfliktbehandlung	3	3	2	3	3	1

	Legende					
3	Kompetenz sehr hoch, bereits mehrjährige Erfahrung (harte Faktoren) bzw. ausgeprägt hohe Fähigkeit (weiche Faktoren)					
2	Kompetenz hoch, Erfahrung vorhanden (harte Faktoren) bzw. mittlere Ausprägung der Fähigkeit (weiche Faktoren)					
1	Kompetenz mittel bis niedrig, wenig Erfahrung (harte Faktoren) bzw. schwache Ausprägung der Fähigkeit (weiche Faktoren)					
0	Kompetenz nicht vorhanden, keine Erfahrung (harte Faktoren) bzw. sehr niedrige Ausprägung der Fähigkeit (weiche Faktoren)					



6. Erfolgs- und Finanzplanung

Investitionsplanung

Die größten Investitionen waren jene in Produktentwicklung (ca. €150.000). Ziel ist jedoch, das Produkt zukünftig ausschließlich mit Eigenleistungen weiter zu entwickeln. Investitionen in klassische Sachanlagen sind für den hier dargestellten Planungszeitraum nicht geplant. Insbesondere die IT-Infrastruktur wird mittelfristig ausgelagert, um eine höhere Flexibilität zu erlangen¹⁶.

Bis mindestens 2020 stehen die Büroräumlichkeiten von Akostart zur Verfügung. Danach werden Büroräumlichkeiten bei Startup300 genutzt. Das heißt es fallen auch hier mittelfristig keine nennenswerten Investitionen an.

Somit fallen für den Planungszeitraum lediglich Investitionen in technisches Equipment an:

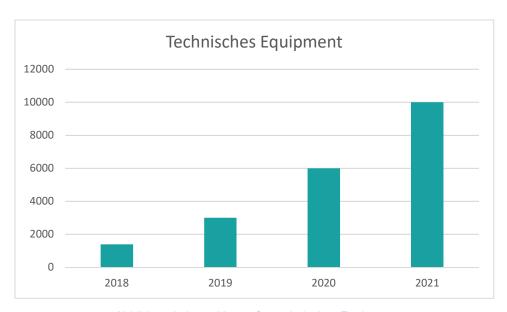


Abbildung 9: Investitionen für technisches Equipment

-

¹⁶ Die voraussichtlichen Kosten für IT Infrastruktur werden bei der Planung des Kapitalbedarfs unter Lizenzgebühren und Hosting berücksichtigt



Personalplanung

Der derzeitige Personalbedarf wird großteils durch das Gründerteam gedeckt (min. 500 Std. x 5 Teammitglieder = 2500 Std. unentgeltliche Leistung / Jahr It. Gesellschaftervertrag¹⁷). Anna und Markus Pollhamer sind darüber hinaus Vollzeit im Unternehmen beschäftigt und bekommen ein Gehalt ausbezahlt. Die 3 weiteren Gründer sind bis auf weiteres Teilzeit bei anderen Unternehmen angestellt und kommen für ihren Lebensunterhalt selbst auf. Für die Programmierung und Weiterentwicklung unseres Produktes haben wir seit Mai 2018 eine 30 Std. Programmiererin im Ausmaß von angestellt. Zusätzliche Personalressourcen werden im Zuge von Förderprojekten und Kooperationen eingebracht. Die bisherige Aufteilung der Ressourcen war wie folgt: 30% F&E (App., Methodenweiterentwicklung), 25% Marketing und Kundenakguise, 25% Trainings und Workshops, 10% Projektmanagement, 10% Kooperationsmanagement.

Ab Herbst 2018 ist der verstärkte Einsatz von Ressourcen für Marketing- und Werbung geplant. Bestehende Ressourcen werden umgeschichtet und es besteht zusätzlicher Personalbedarf für diesen Bereich ab 2019.

In Folge der geplanten Internationalisierung wird für 2020 und 2021 mit weiterem Personalbedarf im Bereich Service und Support gerechnet.

Folgende Grafik zeigt die Personalkosten für die folgenden Jahre:

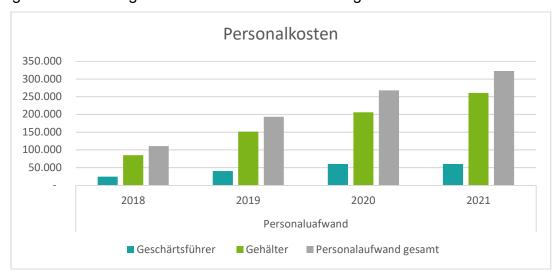


Abbildung 10: Personalkosten

¹⁷ Diese Vereinbarung gilt vom Tag der Gründung (17. Oktober 2016) 30 Monate lang.



Die exakten Plankosten für das Personal sind in der folgenden Tabelle ersichtlich:

	Personaluafw	and		
	2018	2019	2020	2021
Geschärtsführer	24.000	40.000	60.000	60.000
Gehälter	84.628	151.324	206.020	260.716
Personalaufwand gesamt	110.646	193.343	268.040	322.737

Kostenplanung

Da es sich um eine Online Dienstleistung handelt, fallen keine direkten Materialaufwände an. Der Betriebsaufwand beinhaltet keine Rückstellungen. Nennenswerte Rückstellungsbeträge sind aufgrund des Geschäftsmodells nicht zu erwarten. Steuerrückstellungen wurden bereits mit unserem Steuerberater abgeklärt.

Sonstige betriebliche Aufwände¹⁸

Die wichtigsten sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind:

- Werbung und Marketing
 - Bekanntmachung der Applikation
 - Akquise von KundInnen und Kooperationspartnern
 - Reisekosten (Messen, Seminare, Workshops, Kongresse)
 - Technisches Egupment (Laptop, Bildschirme, Smartphones, Tablets)
 - o etc.
- Hostingkosten der Plattform
- Internationalisierungsaktivitäten

Absatz-/ Umsatzplanung

Umsätze werden in folgenden Bereichen erzielt:

- 1. Verkauf von TalentLoop Premium (private Endkunden)
 - a. Einmalige Lizenzgebühr von € 60.- (brutto) bei einer Anmeldung bis Ende 2018
 - b. Ab 2019 eine jährliche Mitgliedschaft von € 60.- (€4 / Monat)

_

¹⁸ Diese werden in der Gewinn- und Verlustrechnung berücksichtigt



- Möglichkeit einzelne Spezial-Programme zu kaufen¹⁹
- 2. Verkauf von TalentLoop Lizenzen für den Bereich Aus- und Weiterbildung
- 3. Verkauf von Dienstleistungen bzw. "hybriden²⁰" Leistungsangeboten an Unternehmen

Folgende Grafik zeigt die geplante Entwicklung der Userzahlen in den nächsten Jahren. User, die das Gratis-Angebot nutzen, werden als Basic-User bezeichnet. User, welche die volle Funktionalität der Applikation nutzen und bezahlen, werden als Premium-User bezeichnet.

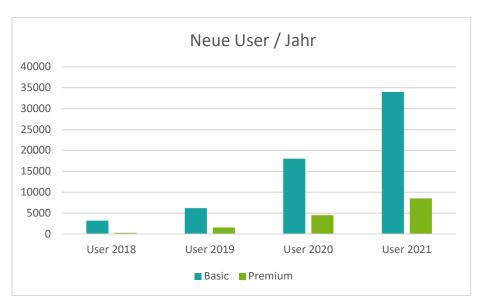


Abbildung 11: Neue TalentLoop User / Jahr

Bis Ende 2018 werden etwas mehr als 3000 User bei TalentLoop registriert sein. Die Aktivitäten im Bereich Onlinemarketing sowie die Ausweitung Vertriebsaktivitäten nach Deutschland werden 2019 erste Wirkung erzielen. Wir gehen davon aus, dass wir jedes Quartal Userzahlen (Basic User) in vierstelligem 2020 Bereich akquirieren können. und 2021 kann durch Internationalisierungsaktivitäten (englischsprachiger Raum) und die

_

¹⁹ Diese Möglichkeit wurde in der Umsatzplanung noch nicht berücksichtigt

²⁰ Hybride Leistungsangebote sind eine Kombination aus Dienstleistungen und dem Einsatz von TalentLoop



Professionalisierung des Onlinemarketing (Lernkurve) ein weiterer quartalsweiser Anstieg der Userzahlen verzeichnet werden. Ende 2021 rechnen wir mit einem monatlichen Userzuwachs von ca. 3300 Basic Usern.

Neue User	2018	2019	2020	2021
Basic	3200	6200	18000	34000
Premium	300	1550	4500	8500

Erste Versuche zeigen, dass wir mit einer Conversionrate von 25% rechnen können. Das bedeutet, dass jeder 4 Basic User ein Upgrade auf Premium vornimmt.

Folgende Grafik zeigt die kumulierten Userzahlen für den gesamten Planungszeitraum. Es ist davon auszugehen, dass nur jeder zweite Premium User die Premiumfunktionalitäten länger als ein Jahr nutzt. Deshalb werden immer nur 50% der Premium User vom Vorjahr in das nächste Jahr übernommen.

Der Premium-Account kann jedoch zu jeder Zeit wieder aktiviert werden (wenn der Bedarf entsteht – z.B. berufliche Um- oder Neuorientierung).

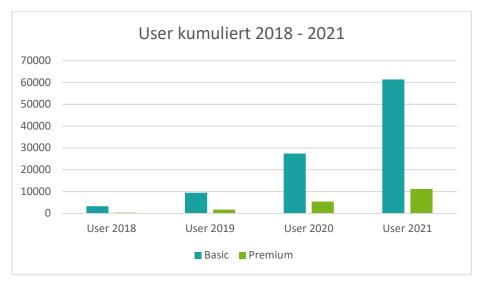


Abbildung 12: TalentLoop User kumuliert



Folgende Grafik zeigt jene Umsätze, die über den Verkauf der TalentLoop Applikation erwirtschaftet werden:

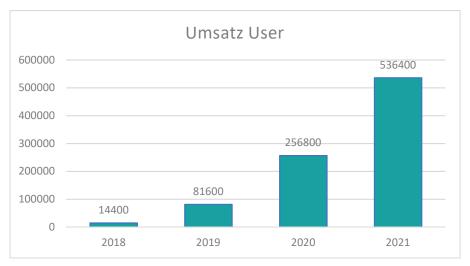


Abbildung 13: Umsatz mit TalentLoop Applikation

Zusammen mit den anderen Umsatzquellen ergibt sich folgendes Bild:

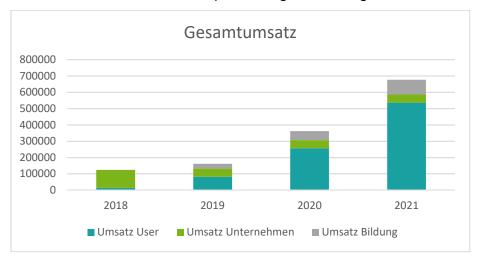


Abbildung 14: Gesamtumsatz Innoviduum GmbH

Wie aus obenstehender Grafik ersichtlich, ist geplant, bereits im Jahr 2019 mehr Umsätze über Privatkunden zu erwirtschaften, als mit Firmenkunden. Zusätzlich können Umsätze durch den Verkauf von TalentLoop Lizenzen an Bildungseinrichtungen generiert werden.



Plan-Gewinn- und Verlustrechnung

Folgende Grafik zeigt die Entwicklung der Umsätze sowie die Entwicklung der Erträge in den nächsten Jahren.

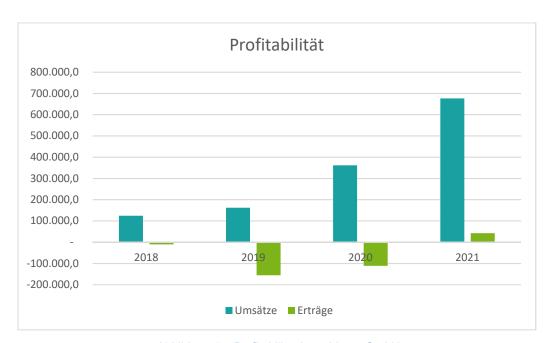


Abbildung 15: Profitabilität Innoviduum GmbH

2018 ist mit einem kleinen Verlust von knapp € 10.000.- zu rechnen. Aufgrund umfangreicher Investitionen in Marketing und Vertrieb (Personal + Kosten im Online-Marketing) muss 2019 mit einem Verlust von ca. € 156.000.- gerechnet werden. Weitere Investitionen in Personal und Internationalisierungsaktivitäten bedingen auch einen Verlust im Jahr 2020 von ca. € 111.000.-

Im Jahr 2021 machen sich die Investitionen bezahlt und wir rechnen mit einem Gewinn von mehr als € 42.000.-

Ab diesem Zeitpunkt beginnen auch Netzwerkeffekte Wirkung zu zeigen und erste Forecasts für 2022 ergeben einen Umsatz von € 2.000.000 und einen Gewinn von €240.000.-



		2018	2019	2020	2021
(1)	Umsatzerlöse	124.400,0	161.600,0	361.800,0	676.400,0
(2)	(+/-) Bestandsveränderungen	-	-	-	-
(3)	(+) Aktivierte Eigenleistungen	-	-	-	-
(4)	Betriebsleistung: (1)+/-(2)+(3)	124.400,0	161.600,0	361.800,0	676.400,0
(5)	(+) Sonstige betriebl. Erträge	-	-	-	-
(6)	Betriebsertrag: (4)+(5)	124.400,0	161.600,0	361.800,0	676.400,0
(7)	(-) Materialaufwand/Fremdleistung	-	-	-	-
(8)	(-) Personalaufwand	110.646,0	193.343,0	268.040,0	322.737,0
(9)	(-) Abschreibung	22.000,0	-	-	-
(10)	(-) Zinsaufwand	-	-	-	-
(11)	(-) Sonst. betriebl. Aufwand	57.650,0	174.000,0	295.000,0	387.000,0
(12)	Betriebsaufwand: (7)+(8)+(9)+(10)+(11)	190.296,0	367.343,0	563.040,0	709.737,0
(13)	Betriebsergebnis: (6)-(12)	- 65.896,0	-205.743,0	-201.240,0	- 33.337,0
(14)	(+) Außerordentliche Erträge	55.000,0	50.000,0	90.000,0	90.000,0
(15)	(-) Außerordentliche Aufwendungen	-	-	-	-
(16)	Gewinn & Verlust vor Steuern: (13)+(14)-(15)	- 10.896,0	-155.743,0	-111.240,0	56.663,0
(17)	Steuern auf Erträge				14.165,8
(18)	Jahresüberschuss/-fehlbetrag: (16)-(17)	- 10.896,0	-155.743,0	-111.240,0	42.497,3

Die in der Gewinn- und Verlustrechnung ersichtlichen Beträge wurden Großteils in den oben angeführten Planungsschritten bereits erörtert. Bei den außerordentlichen Erträgen handelt es sich um Förderungen. Die Förderungen für 2018 sowie 2019 (FFG AT:net und FFG Impact Innovation) sind bereits zugesagt. Weitere Förderungen wurden eingereicht bzw. sind in Planung.

Kapitalbedarf und Finanzierungsquellen

Folgende Grafik zeigt den Kapitalbedarf im dargestellten Planungszeitraum. Hier sind die Kosten für Personal, die Applikationsentwicklung sowie alle sonstigen betrieblichen Aufwände berücksichtigt worden.



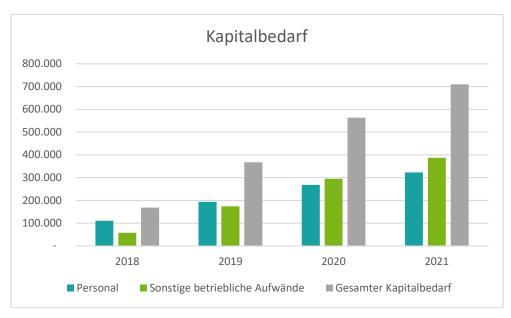


Abbildung 16:Kapitalbedarf 2018 - 2021

Für das Jahr 2019 entsteht eine Unterdeckung von knapp € 116.000, im Jahr 2020 von knapp € 111.240.

Der fehlende Kapitalbedarf (€ 230.000) soll 2019 in Form von Venture Capital ins Unternehmen eigebracht werden. Im Speziellen wird die Finanzierungsform eines "Convertible Loan" bevorzugt. Dabei handelt es sich um einen Kredit mit Eigenkapitalcharakter. Dieses Geld wird nicht zurückgezahlt, sondern im *Trigger Event* (z.B. weitere Finanzierungsrunde) in Anteile gewandelt.

Garantien und Rückstellungen

Vorkehrungen bzw. Rückstellungen für eventuelle Steuer- und Sozialversicherungsnachzahlungen wurden getroffen und mit dem Steuerberater abgestimmt.



7. Umsetzungsplanung

Meilensteine

Im nächsten Schritt liegt der Fokus auf der Skalierung des Produktes. Daher wird der Vertrieb in Richtung Privatkunden fokussiert und es ist Kapital für den Aufbau von Marketing und Vertrieb nötig. Schnelles Wachstum und die Bindung möglichst vieler User an das TalentLoop System sind Voraussetzung für die Entwicklung der Marktführerschaft im Bereich des "digitalen Berufs-Coachings".

Projekte mit Unternehmen oder öffentlichen Einrichtungen werden weiterhin abgewickelt, sofern eine positive Aufwand/Nutzen-Bilanz gezogen werden kann.

- Meilenstein 1: Nachweis der Skalierung
 - o Ende 2018
- Meilenstein 2: Sicherung des fehlenden Kapitals durch ein Investment
 - o Ende Q2 2019
- Meilenstein 3: 1550 Premium User
 - o Ende 2019

Ausblick: Die zukünftige Weiterentwicklung fokussiert neben inhaltlichen Erweiterungen, eine verbesserte User Experience, einen steigenden Interaktionsgrad mit den Nutzern sowie eine steigende Systemintelligenz. Zusätzlich werden neue Technologien eingebunden (Native App, Voice Interface). Schritt für Schritt wird es uns immer besser gelingen die Interaktion von Mensch und "Maschine" zu verbessern und einen wichtigen Beitrag für die individuelle Weiterentwicklung der Menschen zu leisten.