

Erstellung der verschiedenen Leistungskomponenten für die zentrale städtische App und Darstellung der durch die Erstellungsmaßnahmen verursachten Kosten

1. Ausbaustufe 1

- Alle Angebote zu Freizeit, Kultur und Sport in und um München an einer Stelle.

Die App beinhaltet grundsätzlich alle wichtigen Informationen rund um das Erleben in München: Zentral sind dabei die Angebote zu Freizeit, Kultur und Sport. Weitere Module sind das viel genutzte Kinoprogramm und ein Firmenverzeichnis, welches alle Münchner Firmen nach Branchen sowie die Einträge von mehreren tausend Kunden von muenchen.de enthält. Kernapplikation dieser App ist gegenwärtig eine Kartenanwendung, die eine lokale Suche ermöglicht und die mit einer Listenansicht aller relevanten Münchner Orte ausgestattet ist. Ebenfalls sind in dieser München App die Angebote der Stadtverwaltung enthalten sowie Mobilitätslösungen aus den Smart City Projekten.

Die München App wurde von der Portalgesellschaft bislang nur mit geringen finanziellen Mitteln errichtet und betrieben. Sie müsste technologisch weiterentwickelt und so angepasst werden, dass die zahlreichen neuen Funktionalitäten (siehe unten) so integriert werden können, dass ein stabiler Betrieb gewährleistet werden kann. Im Mittelpunkt liegt dabei ein klarer Fokus auf dem Nutzererlebnis. Zu diesem Zweck soll die App so gestaltet werden, dass ihre Komponenten sowohl als Web-App als auch als native App zur Verfügung stehen. Für die Errichtung des technologischen Gerüsts dieser App wurden 150 TEUR veranschlagt. Für den Aufbau eines ganzheitlichen nutzerorientierten Ansatzes, der auf Basis des M-Login alle Komponenten durchgängig mit einem UX verbindet sind weitere 150 TEUR eingeplant und für den Aufbau der erforderlichen Datenbanken und Frontendlösungen der geplanten Servicemodule (Veranstaltungen etc.) wurden 350 TEUR eingeplant.

- Erwerb und Einlösen von digitalen Tickets für alle Angebote direkt in der App.

Die App soll die einheitliche Anlaufstelle für Nutzer sein, um alle Informationen über Veranstaltungen in München zu erhalten und um an selber Stelle Tickets für diese Veranstaltungen erwerben zu können. Dieses Modul soll in enger Kooperation mit der München Ticket GmbH erstellt werden, die bereits über das technische Ticketingsystem verfügt. Dieses soll nunmehr in die App so integriert werden, dass ein einheitliches Nutzungserlebnis entsteht. Es wird weiterhin nahtlos an den M-Login und an das noch zu entwickelnde Bezahlsystem des M-Login angebunden. Zusätzlich wird die Applikation so programmiert, dass beim Erwerb von Tickets automatisch digitale Tickets produziert und in der individuellen App des Nutzers abgelegt werden. Diese digitalen Tickets können dann am Veranstaltungsort zum Einlass vorgewiesen werden. Zentraler

Aspekt ist hierbei auch die Erstellung einheitlicher Schnittstellen, über welche alle städtischen Kulturveranstalter (Theater, Museen, etc.) angebunden werden können. Hierbei sollen auch Entwicklungskomponenten aus dem Pilotsystem für das Lenbachhaus verwendet werden (der Pilot für das Lenbachhaus wird entsprechend Stadtratsbeschluss von SWM, Portalgesellschaft und München Ticket im Zuge eines Vorprojektes errichtet). Für dieses Ticketing Modul, welches in Kooperation mit München Ticket aufgebaut werden soll, wurden 100 TEUR eingeplant.

- Einfaches und sicheres digitales Bezahlen über den M-Login.
- Ausspielen von individuellen Informationen zu städtischen und gewerblichen Angeboten sowie Beteiligung/Interaktion von Bürger*innen basierend auf Interessensgebieten und Orten unter strikter Einhaltung des Datenschutzes.

Hierbei geht es um eine individuelle Personalisierung des Angebots entsprechend der individuellen Nutzerinteressen. Die Identifikation der User erfolgt dabei über den M-Login. Die Nutzer können hier ihre persönlichen Daten bekanntlich aktiv managen und für unterschiedliche Anwendungssituationen bzw. bei unterschiedlichen angebundenen Partnerangeboten entsprechend ihrem Wunsch selektiv und in vollständiger Übereinstimmung mit den Datenschutzbestimmungen bereitstellen. Diese individuellen Informationen können in der App genutzt werden, um ein hochrelevantes und maßgeschneidertes Erlebnis zu schaffen. Nutzer erhalten auf diese Weise die für sie relevanten städtischen Angebote und Informationen (Bspw. Verfügbarkeit von Kita-Angeboten, Ankündigung einer Baustelle neben dem Haus) und erhalten detaillierte Freizeitinformationen entsprechend ihrer Interessen. Bei entsprechender Voreinstellung durch den Nutzer können diese z.B. auch individuelle Angebote aus dem Marktplatz der App erhalten (auf dem Marktplatz können kleine und mittelständische Münchner Unternehmen direkt auf ihre Zielgruppen treffen - siehe unten). Diese personalisierten Angebote können durch die Nutzer mit Freunden geteilt oder in weitere kommunikative Plattformen eingebracht werden.

In diesem Kontext muss eine Logik der App zur Personalisierung programmiert werden, der die Zusammenführung von individuellen Informationen und Angeboten zu individuellen Interessenslagen ermöglicht. Dies stellt eine sehr anspruchsvolle Aufgabe dar und wurde mit 250 TEUR eingeplant. Die technische Komponente, die in diesem Zusammenhang für die individuelle Interaktion mit dem User geschaffen werden muss, heißt „Favoriten-Management“ und wurde mit Entwicklungskosten in Höhe von 200 TEUR eingeplant.

- Intelligente Verzahnung mit weiteren Apps, z.B. Mobilitätsangeboten, um auch die reale Reise zu vereinfachen.

Zahlreiche Informationen und Anwendungen innerhalb der App liefern konkrete Mobilitätsanlässe. Aus diesem Grund sollen die Mobilitätsangebote der Stadt möglichst eng an die App angebunden werden. Die Herausforderung liegt hier weniger in einer Anpassung

der Qualität vorhandener Anwendungen, als vielmehr in der nutzergerechten nahtlosen Integration in die Use-Cases der App. Hierzu wurden 100 TEUR eingeplant.

- Integration eines Marktplatzes, insbesondere für kleinere und mittelständische Unternehmen.

Die App soll auch wesentlich darauf ausgerichtet werden, kleine und mittelständische Münchner Unternehmen an das Internet heranzuführen und ihnen die Möglichkeit zu eröffnen, in einen direkten Austausch mit ihren (potenziellen) Kunden treten zu können. Hierzu hat die Portalgesellschaft in ihrem „Branchenbuchbereich“ bereits zahlreiche Angebote geschaffen, die von Münchner Unternehmen intensiv genutzt werden. Auch leistet die Portalgesellschaft über ihr großes Team an Medienberatern wertvolle Beratungsarbeit. Um die Münchner Unternehmen stärker in die App einbinden zu können, soll ihnen nun zusätzlich eine standardisierte Shoplösung mit bereits integriertem M-Login und Payment bereitgestellt werden, die über Schnittstellen zu einem zentralen Marktplatz der App verfügt. Auf diesem Marktplatz können die Firmen ihre konkreten Produktangebote reichweitenstark und „suchbar“ platzieren. Diese werden zusätzlich über den oben beschriebenen Personalisierungsansatz über die Affiliate-Plattform der App ausgespielt. Zur Errichtung des Marktplatzes und zur Anbindung der Shoplösung wurden 200 TEUR eingeplant.

2. Ausbaustufe 2

- Für die Leistungskomponente „Digitale Verwaltung von städtischen Pässen und Rabatten, z.B. Familienpass“ wurden 850 TEUR eingeplant.
- Für die Leistungskomponente „Integration von und enge Verzahnung mit kommunalen Dienstleistungen der LHM“ wurden 900 TEUR eingeplant.
- Für die Leistungskomponente „Spezielle Angebote für Touristen*innen, z.B. Stadt-Guides und Tipps“ wurden 750 TEUR eingeplant.
- Für die Leistungskomponente „Spielerische Incentivierung von ökologischem und sozialem Engagement der Bürger*innen (ein getestetes Konzept liegt bei den SWM vor)“ wurden 1.000 TEUR eingeplant