

HOW TO:
**DIE ERSTE
APP**



Wie Sie mit ihrer App-Idee voll durchstarten können und daraus eine erfolgreiche App wird

Einleitung



Wir freuen uns, dass Sie Ihre eigene Idee einer App Wirklichkeit werden lassen möchten. Hier erfahren Sie alles, was Sie dafür wissen müssen und vieles mehr.

In diesem Guide sind Buzzwords farblich hinterlegt, zu welchen Sie am Ende eine Erklärung finden.

Zögern Sie nicht, uns bei offenen Fragen oder Verbesserungsvorschlägen zu kontaktieren. Die Kontaktdaten dazu finden sie auf unserer Webseite unter www.doppelt-digital.de oder am Ende des Guides.



Inhaltsverzeichnis



Titelseite	1
Einleitung	2
Inhaltsverzeichnis.....	3
Use-Cases	4
Vorgehen (1)	5
Vorgehen (2)	6
Frameworks	7
Plattformen	8
Store Anforderungen	9
Kosten	10
Preismodelle	11
Vermarktung	12
Unsere Empfehlungen	13
Buzzword-Bingo	14
Kontakt	15

Use-Cases



Die meisten Personen kennen Apps nur als das, was man im App-Store und Play-Store herunterladen kann. Doch darüber hinaus gibt es weitaus mehr.

Klassische Apps:

Hiermit sind die klassischen Apps gemeint, welche eben aus den bekannten Stores heruntergeladen werden können. Diese sind in den meisten Fällen für Endverbraucher entwickelt und werden auch von diesen finanziert, etwa durch Werbung, Abos oder In-App-Käufe.

Interne Apps:

Weniger bekannt sind Apps, welche speziell für interne Unternehmenszwecke entwickelt wurden. Hierzu können beispielsweise Lösungen für den Lagerbestand dienen, aber auch in Gastronomiebetrieben werden solche Apps für Lieferdienste genutzt. Diese Apps sind meist nicht öffentlich verfügbar und nur für einen speziellen Zweck entwickelt.

Webapps:

Vielleicht haben Sie ja auch schonmal Ihre Steuererklärung digital im Webbrowser erledigt oder mussten Ihre Arbeitszeiten in einem speziell dafür entwickelten Online-Tool eintragen. Dies sind klassische Beispiele für Webapps.

Vorgehen



Eine kurze Zusammenfassung, wie der Prozess einer App-Entwicklung idealerweise ablaufen sollte:

1. Paper Prototype:

Hier wird die App-Idee erstmals zu Papier gebracht und grob skizziert. Diese Zeichnung kann frei aus der Hand gemacht werden und bedarf keiner sonderlich kreativen Begabung. Wichtig dabei ist, dass alle Funktionen der App notiert sind. So können beispielsweise Buttons mit Pfeilen markiert werden, welche die Funktion erläutern. Bei der Beauftragung einer Agentur könnte in diesem Schritt auch zusätzlich ein **Pflichten- und Lastenheft** angelegt werden, was jedoch mit einem gewissen Aufwand verbunden ist.

2. Design:

Das Design der App wird konkreter. Hier kommt idealerweise ein Designer hinzu, welcher anhand der Skizzen ein fertiges Design anfertigt. In vielen Fällen genügt es aber auch, nur einen Designer für Logos und Grafiken zu beauftragen, da viele Elemente von den Frameworks und Betriebssystemen schon vorgegeben werden. Achten Sie mal darauf, wie WhatsApp dasselbe Design wie andere Apps auf ihrem Handy verfolgt, die vom Hersteller vorinstalliert waren. Ein Beispiel hierfür ist das Material-Design von Google.

Vorgehen (2)



3. Entwicklung des Prototypen

Hier geht es endlich richtig mit der Programmierung los. Es wird ein Prototyp programmiert, welcher sich auf den ersten Blick kaum von der fertigen App unterscheidet. Der einzige Unterschied ist, dass dieser nur mit Demo-Daten betrieben wird. Sobald der Kunde diesen erfolgreich abgenommen hat, kann mit dem Einbau der Logik begonnen werden. Installiert werden kann ein solcher Prototyp mit TestFlight auf iOS Geräten und einer privaten Beta-Version im Google Play-Store.

4. Einbau der Funktionen

Nun kümmern die Entwickler*innen sich um den Einbau der Funktionen, welche für die finale App benötigt werden. Hierzu kann beispielsweise ein Login oder aber auch die Kommunikation mit dem Server zum Speichern von Daten in der Datenbank zählen. Außerdem wird hier auch das optionale **Backend** entwickelt,

5. Kontinuierliche Weiterentwicklung & Marketing

Eine App lebt natürlich nur davon, wenn sie aktiv aktualisiert und beworben wird. Für neue Funktionen werden die vorherigen Schritte wiederholt. Beim Marketing sollten die Kanäle genutzt werden, wo die Zielgruppe am aktivsten ist. Auch hier gibt es die Möglichkeit in den App-Stores Werbung zu schalten für ein spezielles Keyword beispielsweise.

Frameworks



Ein Framework kann genutzt werden, damit eine App nicht für jede Plattform einzeln entwickelt werden muss, sondern aus einer zentralen Codebasis besteht.

Flutter:

Flutter ist ein Framework von Google, was seit Dezember 2018 in der Version 1.0 bereitsteht. Die genutzte Programmiersprache ist Dart, welche von Google hauptsächlich dafür entwickelt wurde. Auf Dauer wird dieses Framework vermutlich alle anderen vom Markt verdrängen. Wir nutzten ausschließlich dieses Framework.

React Native:

Bei React Native handelt es sich um ein Framework, welches von Facebook entwickelt wurde und seit 2015 der Öffentlichkeit bereitsteht. Der Hauptunterschied zu Flutter ist die genutzte Programmiersprache. React Native setzt hier auf Javascript. Außerdem grenzt sich React Native zu den anderen Frameworks ab, da es native Elemente nutzt.

Ionic:

Ionic wurde 2011 von einem Entwicklerduo gegründet und wird mit der Programmiersprache Javascript genutzt. Der größte Unterschied zu den anderen Frameworks, ist, dass hier die App nochmals innerhalb eines Browsers läuft.

Plattformen



Neben den klassischen Plattformen iOS und Android gibt es darüber hinaus auch weitere, welche für den Release einer App von Relevanz sein können:

Web:

Apps, welche mit einem Framework wie Flutter oder React Native entwickelt worden sind, können auch als Webapps exportiert werden. Meist ist dies kein großer Aufwand, sofern diese Apps nicht auf native Funktionen wie beispielsweise Benachrichtigungen zugreifen.

Apple CarPlay, Android Auto & TvOS:

Apps können auch im Auto mit Apple CarPlay und Android Auto genutzt werden. Auf TVs können auch Apps veröffentlicht werden. Beispielsweise auf Apple TVs mit tvOS oder auf Google TV.

Windows, Linux & MacOS:

Apps können auch als klassische Desktop-Anwendungen exportiert werden für die gängigen Betriebssysteme. Besonders hilfreich ist dies für Admin-Apps, welche zum editieren von großen Datenmengen genutzt werden.

Store-Anforderungen



Je nach Plattform und Store gibt es verschiedene Anforderungen an eine App. Generell gilt: Eine App macht erst dann Sinn, wenn sie der Zielgruppe wirklich hilft.

Apple App Store

Für die Veröffentlichung einer App im App-Store wird ein Apple Developer Account benötigt. Dieser kostet 100 € im Jahr. Im App-Store ist zu beachten, dass die Richtlinien sehr streng sind. Beispielsweise werden Dating-Apps nicht akzeptiert, die Tinder zu sehr ähneln und darüber hinaus keine besonderen Funktionen bieten. Außerdem werden White Label Apps auch häufig abgelehnt, die sich zu sehr ähnlich sind. Mehr dazu finden Sie hier:
<https://developer.apple.com/app-store/review/guidelines/>

Google Play Store

Bei Google sind die Vorgaben nicht ganz so restriktiv wie bei Apple, dennoch lohnt sich auch hier ein Blick in die Richtlinien. Ein Account zur Veröffentlichung von Apps kostet hier 25 € einmalig. Weitere Informationen können Sie hier finden:
<https://play.google.com/about/developer-content-policy/>

Kosten



Wie auch bei anderen digitalen Produkten ist es ebenfalls bei Apps schwierig, pauschal einen Preis zu definieren im Vorfeld, jedoch kann vieles grob geschätzt werden.

Design & Prototyp

Hier kommt es stark auf die Person an, welche die Designs liefert. Beispielsweise ein Design auf Fiverr.com aus Indien kostet um die 200-300 €, hier gibt es natürlich aber auch noch günstigere. Bei einem deutschen Designer sollte der Preis ca. in Höhe von 1.000 € liegen für ein initiales Design. Wie zuvor beschrieben, kann auf dieses aber auch verzichtet werden.

Entwicklung

Auch hier kommt es wie beim Design stark auf das Land des Teams / der Agentur an. Während ein Tinder-Klon beispielsweise aus Indien ca. 2.000 € kosten könnte, kostet er bei einer deutschen Agentur vermutlich um die 20.000 €. Hier kommt es natürlich auch wieder stark darauf an, wie groß die Agentur ist und was für weitere Kosten für das Projektmanagement anfallen. Aber auch ein Puffer muss häufig mit bedacht werden. Stundenlöhne für Entwickler liegen meist bei 100 € bis 150 € in Deutschland.

Preismodelle



Mit Apps kann mit verschiedene Arten Umsatz generiert werden. Natürlich können diese aber auch mit in ein bereits vorhandenes Konzept eingebunden werden. Beispielsweise für ein Onlineshop oder eine Automobil-App.

Kostenpflichtige Apps

Noch vor wenigen Jahren war es normal, dass gute Apps Geld kosten. Heute ist das anders. Vermutlich, weil durch Abos und In-App-Käufe mehr Umsatz generiert werden kann. Falls Sie sich dennoch dafür entscheiden, informieren Sie sich zuvor, ob Sie sich für die Small-Business-Programme von Google und Apple qualifizieren, um einen geringeren Prozentsatz vom Umsatz an die Stores als Provision zu zahlen.

Abos

Das Modell, was Ihnen vermutlich je nach App am meisten Umsatz einbringt, ist ein Abo-Modell. So erhalten Sie wiederkehrende Zahlungen, ohne dafür aktiv handeln zu müssen. Auch hier gilt es wie bereits zuvor erwähnt zu prüfen, ob Sie sich für die jeweiligen Programme qualifizieren.

In-App-Käufe

Für einmalige Käufe in Apps können In-App-Käufe genutzt werden. Ein Beispiel dafür sind digitale Währungen in Spielen oder neue Likes in Dating-Apps.

Vermarktung



Neben den klassischen Methoden zur Vermarktung von digitalen Produkten können Apps darüber hinaus auch innerhalb der App-Stores beworben werden.

Beispielsweise bei der Suche nach einem gewissen Keyword.

Bei den App-Store-Einträgen der App sollten auch verschiedene Dinge beachtet werden:

- Die Beschreibung sollte relevante Keywords enthalten.
- Die App als auch die Screenshots und die Beschreibung sollten in möglichst vielen, für die Zielgruppe relevante Sprachen übersetzt sein.
- Screenshots der App sollten nicht nur die App an sich zeigen, sondern auch verschiedene Texte passend zu den gezeigten Funktionen enthalten.
- Der Titel der App kann auch Keywords enthalten, jedoch ist hier darauf zu achten, dass die App so zugelassen wird.

Weitere Informationen können Sie dazu im Internet finden durch die Suche nach App-Store Optimization (ASO).

Unsere Empfehlungen



Programmieren lernen:

Bei YouTube gibt es bereits diverse kostenfreie und sehr gute Kurse. Als Einsteiger-Framework empfiehlt sich Flutter gut. Meist ist es am einfachsten, Beispiele anzuschauen und mithilfe der Tutorials selber anzupassen.

Design & Prototype:

Hier empfehlen wir Figma und Adobe XD. Adobe XD ist im Abo erhältlich ebenso wie Figma, jedoch können viele Funktionen von Figma auch ohne Abo genutzt werden.

Projektmanagement:

Trello als auch Asana sind sehr gute Tools, welche auch in den kostenlosen Versionen ausreichend sind für App-Projekte.

Entwicklung:

Bei der Auswahl der Agentur oder Freelancer:innen sollte nicht nur der Preis und der benötigte Zeitraum beachtet werden, sondern auch die spätere Code-Qualität. Hier können beispielsweise Rezensionen von vorherigen Kunden zur Beratung zugezogen werden. Besonders bei günstigen Angeboten ist dies häufig ein großes Problem, da so die App nicht einfach weiterentwickelt werden kann, ohne komplett neu programmiert zu werden.

Buzzword-Bingo



Wörter, welche im Zusammenhang mit Apps häufig genannt werden, aber nicht direkt ersichtlich sind.

Backend:

Ein Backend wird benötigt, sobald Daten einer App zentral gespeichert oder verarbeitet werden sollen. Dieses dient als Schnittstelle zwischen App und Datenbank und organisiert beispielsweise den Login der Nutzer:innen, das Verarbeiten der hochgeladenen Profilbilder oder das Senden von Push-Benachrichtigungen.

Pflichten und -Lastenheft:

Das Lastenheft beschreibt die gesamte Funktionalität, einer App, und dient als Grundlage für die Einholung von Angeboten. Das Pflichtenheft stellt die Softwarelösung des Anbieters dar und beschreibt, wie die im Lastenheft gewünschten Funktionen der App umgesetzt werden.

Kontakt



Sie möchten eine eigene App, und suchen eine Agentur mit Erfahrung, die Sie von Anfang bis Ende begleitet und Ihr dauerhafter Ansprechpartner ist? Kontaktieren Sie uns jetzt

Telefon: +49 221 25934428

E-Mail: kontakt@doppelt-digital.de

Internet: www.doppelt-digital.de

