



**Pressemappe**  
September 2015



---

## 1. Vision und Motivation

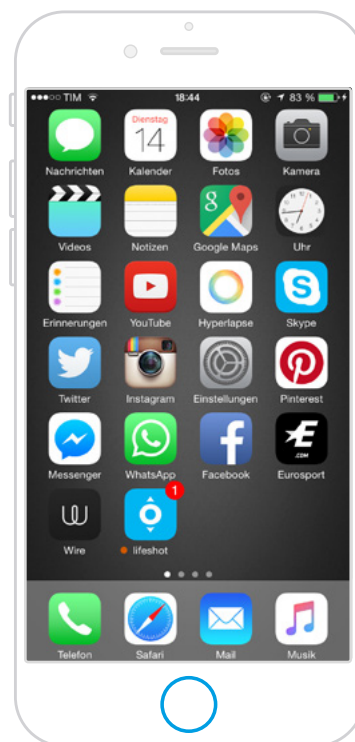
---

Unsere Vision ist die augenblicklichen Lebenssituationen aller Menschen, zu einem bestimmten Zeitpunkt, einzufangen. Wir bilden die Vielfältigkeit an Lebenssituationen und die dabei empfundenen Emotionen der Menschen zu einem bestimmten Augenblick ab.

Wir von lifeshot sind der festen Überzeugung, dass jeder Mensch an jeden einzelnen Tag unzählige, einzigartige Momente erlebt. Leider nimmt er diese zu selten wahr.

lifeshot möchte diese Momente photographisch einfangen. Wir glauben, dass jeder gelebte Augenblick seine Schönheit hat – ob lustig, traurig, langweilig oder erfolgreich. Jeder Moment hat seine Besonderheit und schenkt uns Emotionen, die unser Leben lebenswert machen.

[lifeshot - capturing life as it is.](#)





---

## 2. Das Produkt

---

### Unser Produkt

lifeshot ist eine Applikation, welche die Möglichkeit bietet, unterschiedliche Augenblicke fotografisch festzuhalten. lifeshot ermöglicht dem User, nur zu einem festgelegten Zeitpunkt ein Foto zu knipsen und dieses durch das Hochladen in die Galerie mit anderen zu teilen. Der Zeitpunkt, wann User eingeladen werden, wird von der App bestimmt. Das bedeutet, dass sämtliche Nutzer „überrascht“ werden und ihre Fotos nicht vorbereiten können. Durch die Anbringung einer Shotstory (Kommentar) kann der User das Foto durch eine persönliche Geschichte erklären und zusätzliche Emotionen zum Ausdruck bringen. Das Prinzip von lifeshot ist das Darstellen der Realität. Daher können Fotos nicht durch Filter bearbeitet und nicht von der eigenen Smartphonegalerie hochgeladen werden.

lifeshot ermöglicht den Usern die Teilnahme an lifeshot-Events: public und secret lifeshot-Events.

### Public lifeshot

Dies sind „Events“, die vom Programm initiiert werden. Grundsätzlich findet einmal pro Tag ein public lifeshot Event statt. Kein Nutzer ist über den Zeitpunkt des Starts dieses Events informiert. Bei Beginn werden die Nutzer mittels einer Push-Nachricht auf ihren Smartphones informiert. Der User kann entscheiden, ob er am Event teilnimmt oder nicht. Ab diesem Zeitpunkt hat er nur fünf Minuten Zeit, ein Foto vom gerade gelebten Moment zu knipsen. Diese Fotos, wie eingangs erwähnt, können nicht mit Filtern bearbeitet und Bilder können nicht von der Galerie des Smartphones hochgeladen werden. Die fotografisch geknipsten Momente können von jedem User betrachtet, geliked und kommentiert werden. Die public lifeshot werden im Profil des Verfassers gespeichert.

### Secret lifeshot

Diese Art von „Events“ können nur unter Freunden organisiert werden. Dafür muss vorab eine Freundschaft zwischen den Usern, durch eine bestätigte Freundschaftsanfrage, bestehen (wie bei Facebook oder anderen Social Communities). Ein User kann einen secret lifeshot erstellen und dabei das Thema, die Startzeit sowie die Freunde auswählen, die er einladen möchte. Die eingeladenen Freunde, wie bei den public lifeshots-Events, werden überrascht und erfahren erst zum Startzeitpunkt vom „Event“. Auch hier haben die Teilnehmer nur fünf Minuten Zeit, ein Foto zu knipsen. Die hochgeladenen Fotos sind „geheim“ und sind nur von Freunden sichtbar, die beim jeweiligen secret lifeshot Event eingeladen wurden. Diese Fotos erscheinen nicht im Profil des Verfassers.

Durch diesen „Überraschungseffekt“ entstehen sehr lustige, emotionale und vor allem wahrheitsgetreue Bilder.

Nicht zuletzt fokussiert sich lifeshot auf Kultur-, Sport- oder Unterhaltungsveranstaltungen. Beispielsweise kann ein lifeshot um 11:00 Uhr auf dem Expo-Gelände in Mailand stattfinden. Das würde bedeuten, dass nur Personen, die sich zu diesem Zeitpunkt in diesem Gebiet aufhalten, eingeladen werden, ihren gerade gelebten Moment festzuhalten. Nach Ablauf der fünf Minuten werden alle Fotos in einer Galerie veröffentlicht und sind von jedem Nutzer einsehbar.



---

## 3. User

---

### Unsere Zielgruppe

Die Bedürfnisse nach Bewunderung, Verständnis und Anerkennung sind Grundbedürfnisse der Menschen. Darum sind soziale Netzwerke wie Facebook und Twitter so erfolgreich. User möchten diese Bedürfnisse rasch und einfach befriedigen. Das Ziel ist, so viele „likes“ oder „follower“ wie möglich zu erhalten. Dies gibt dem User das Gefühl von Verständnis und Anerkennung für seine Situation. Zur Befriedigung dieser Bedürfnisse entfernen sich die User von der Realität und verzerren diese. Häufig werden nur mehr „einzigartige“ Momente geteilt, die mit unterschiedlichen Fotobearbeitungstools bearbeitet wurden, und zudem häufig aus der Vergangenheit stammen. Die Realität wird bearbeitet und verzerrt, um große Aufmerksamkeit zu erlangen. Aufmerksamkeit, die sich in der Anzahl von „likes“ und „follower“ ausdrückt. Es scheint, dass das Leben anderer viel schöner, lustiger und spannender als das eigene ist. Die Wahrheit ist häufig anders!

Wir von lifeshot fangen den echten zu einem gewissen Zeitpunkt erlebten Moment ein, so wie er in Wahrheit ist. Usern wird die Möglichkeit gegeben, diese Augenblicke mit anderen zu teilen und ihre Bedürfnisse nach Neugier, Verständnis und Anerkennung zu befriedigen. Capturing life as it is.





## 4. Und so funktioniert's

**New York, 7:05 Uhr:** Martin, 23, Junggeselle, der seit einiger Zeit sein eigenes Café betreibt und auch heute bereits die ersten Gäste begrüßt.

**Mailand, 13:05 Uhr:** Alex, 20, Student der Wirtschaftswissenschaften, sitzt beim Lunch in einem Bistro, nachdem er eine anstrengende Statistikvorlesung hinter sich hat.

**Singapur, 19:05 Uhr:** Sophia, 24, Berufseinsteigerin, seit einigen Monaten in der französischen Botschaft tätig, bereitet sich auf ihr erstes Galadinner vor, auf das sie sich bereits seit Tagen freut.

Zu verschiedenen Zeiten an unterschiedlichen Orten und doch haben alle drei Charaktere eines gemeinsam. Sie erleben im selben Augenblick unterschiedliche, einzigartige Momente. Ihre Emotionen, Wünsche und Erwartungen bewegen sie, andere Menschen an ihren Augenblicken teilhaben zu lassen.

Genau in dem Moment als Martin sich über einen Gast ärgert, Alex seine Pasta Bolognese genießt und Sophia ihr Gala-Kleid probiert, vibrieren ihre Smartphones: „how you feel right now?“, blinkt auf ihren Bildschirmen. Schnell entsperren sie ihre High-Tech-Geräte und halten ihre Momente fest.

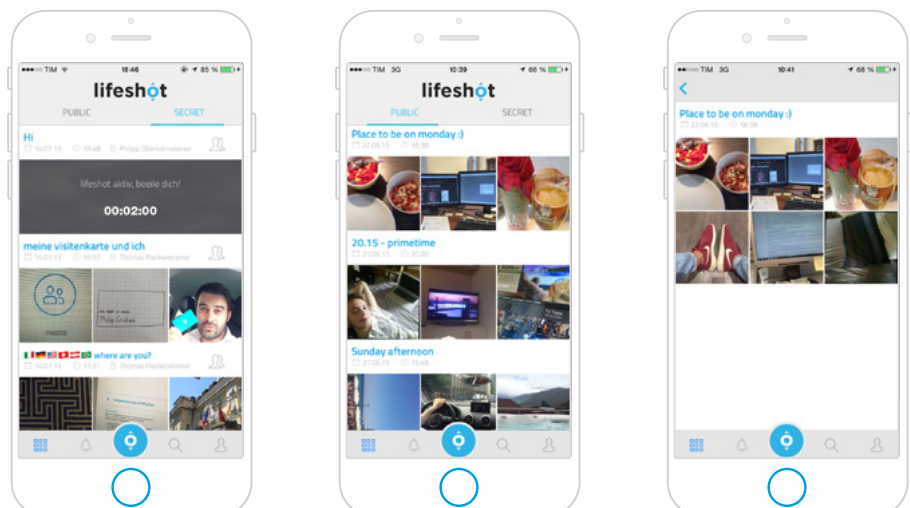
Martin macht ein Selfie mit verzogener Miene und schreibt: „Manchen Gästen würde ich den Kaffee kalt servieren“

Alex fotografiert die Speisekarte des Bistro und kommentiert: „Vorschläge für den Nachtisch?“

Sophia richtet sich vor dem Spiegel, um das gesamte Kleid aufs Bild zu bekommen: „Hoffentlich nicht zu sexy.“

Nachdem die 5 Minuten vorüber sind, sehen alle, die geteilten Inhalte in einer Galerie und erleben somit auch die Momente der anderen. Sie haben die Gewissheit: Alle Fotos sind gerade aufgenommen und nicht bearbeitet worden.

Martin, Alex und Sophia können als die neue Facebook-Generation bezeichnet werden. Geboren in den 90er Jahren, können sie sich eine Kindheit ohne Computer und digitale Medien kaum vorstellen. Smartphones sind zum essentiellen Bestandteil ihres Alltags geworden. Ob Facebook, Twitter, Instagram oder WhatsApp - Ereignisse werden gepostet, geliked und mit Familie, Freunden oder Bekannten geteilt. lifeshot bietet den Menschen eine Plattform, die alltäglichen, einzigartigen Momente auf eine völlig neue Art und Weise zu teilen.





---

## 5. lifeshot Team

---

### Thomas Plankensteiner

Thomas Plankensteiner ist der Initiator und verantwortlich für die Entwicklung des Projektes. Er wurde 1985 in Bruneck geboren und lebte dort bis er sein Studium an der Katholischen Universität von Mailand begann. Während seinen ersten Berufsjahren wirkte er im Familienunternehmen mit, welches in der Holzbranche operiert. Nach vier Jahren nahm er eine neue Herausforderung an und wurde Assistent der Geschäftsführung in einer Industriegewäscherei. Heute ist Thomas Geschäftsführer der lifeshot GmbH und zuständig für Produktentwicklung und Marketing.

### Philipp Oberkalmsteiner

Philipp Oberkalmsteiner wurde 1981 in Bozen geboren und absolvierte sein Studium in Innsbruck und St. Gallen. Seine berufliche Laufbahn begann Philipp als Unternehmensberater bei einem internationalen Unternehmen, ehe er als Verantwortlicher für Controlling und Strategie in eine Industriegewäscherei wechselte. Philipp und Thomas arbeiteten von fortan im selben Unternehmen eng zusammen, woraus sich eine Freundschaft entwickelte. Heute ist Philipp verantwortlich für den Bereich Finanzen und Strategie von lifeshot.

### Matthias Widmann

Matthias Widmann wurde 1987 in Bozen geboren und studierte in München Mediendesign. Nach erfolgreichem Abschluss arbeitete Matthias mehrere Jahre in einer Marketingagentur und spezialisierte sich auf mobile Applikationen. Als Matthias nach Bozen zurückkehrte, lernte er Thomas kennen und begann am Projekt lifeshot mitzuwirken. Heute ist Matthias verantwortlich für Technik und Design.

### Bernhard Schönhuber

Bernhard Schönhuber wurde 1984 in Bozen geboren und lebte bis zu seinem Studium in Bruneck. Nach Abschluss seines Wirtschaftsstudiums an der Universität Innsbruck hat Bernhard in der Wirtschafts- und Steuerberatungsbranche sowie in einem Industrieunternehmen Arbeitserfahrung gesammelt. Durch die gemeinsame Zeit in Mailand mit Thomas, entwickelte sich eine enge Freundschaft und so war Bernhard das erste Teammitglied von lifeshot. Bernhard ist heute verantwortlich für Verwaltung und Verkauf.



---

## 6. Bildverzeichnis

---

### Abbildung 1

lifeshot Gründerteam v.l. Bernhard Schönhuber,  
Thomas Plankensteiner, Philipp Oberkalmsteiner, Matthias Widmann

### Abbildung 2

Icon und Markenzeichen

### Abbildung 3

Logo

### Abbildung 4

Erklärungsgrafik. So funktioniert lifeshot



**lifeshot**

capturing life as it is.

lifeshot GmbH | srl  
Siemensstraße 23 Via Siemens  
39100 Bozen | Bolzano  
P.I./C.F. 02869280210