

# Große Gefühle. Kleine Menschen. Mehr Gelassenheit.

Fachlich fundierte Orientierung, abgestimmt auf Ihr Kind, Ihre Familie und die Momente, die zählen. Ein alltagstauglicher Plan, Schritt für Schritt.

SEED-FINANZIERUNG · 9. OKTOBER 2026

## 325.000 € / 18 Monate

Unser Ziel: 2–17 Jahre. Erste Beta: 3–7 Jahre, zunächst in Kroatien.



# Unterstützung, die in den Familienalltag passt.

Wenn ein Kind überfordert ist, brauchen Eltern einen nächsten Schritt, den sie tatsächlich umsetzen können. Allgemeine Ratschläge überlassen der Familie die schwierigste Aufgabe: herauszufinden, was für sie passt.

## 01 **Zu viele Informationen**

Suchmaschinen, soziale Medien und KI liefern teils widersprüchliche Ratschläge – gerade dann, wenn Eltern wenig Kraft haben, sie einzuordnen.

---

## 02 **Der Moment kann nicht warten**

Fachliche Hilfe ist wichtig. Schwierige Situationen entstehen auch zwischen Terminen: im Supermarkt, beim Abholen und vor dem Schlafengehen.

---

## 03 **Jede Familie ist anders**

Temperament, Familiendynamik und Erziehungsstil beeinflussen, welche Reaktion hilfreich ist.

# Warum jetzt?

Drei Entwicklungen eröffnen neue Möglichkeiten für zugängliche, praktische Elternbegleitung.

## 01 **Digitale Angebote gehören zum Alltag**

Eltern organisieren Gesundheit, Lernen und Routinen mit Apps. Elternbegleitung kann Teil dieses Alltags werden.

---

## 02 **Personalisierung wird alltagstauglich**

Fachliche Entscheidungsregeln steuern die Auswahl der Empfehlungen. KI passt die Formulierungen an den Kontext der Familie an.

---

## 03 **Emotionale Stärke beginnt zu Hause**

Harmonia baut auf Präsenzworkshops und der emotionalen Entwicklung von Kindern auf.

# Eine Familie. Ein passender Plan.

Ein strukturiertes Familienprofil verbindet die Bedürfnisse des Kindes mit dem Erziehungsstil und den täglichen Herausforderungen. Fachliche Regeln priorisieren die Ziele. Ein Zehntagesplan hilft der Familie, an einem Schwerpunkt zu arbeiten.



9:41

harmonia

Familienprofil

Wie alt ist Ihr Kind?

Etwas Kontext hilft, einen passenden Anfang zu finden.

☐ 3 Jahre

☒ 4 Jahre

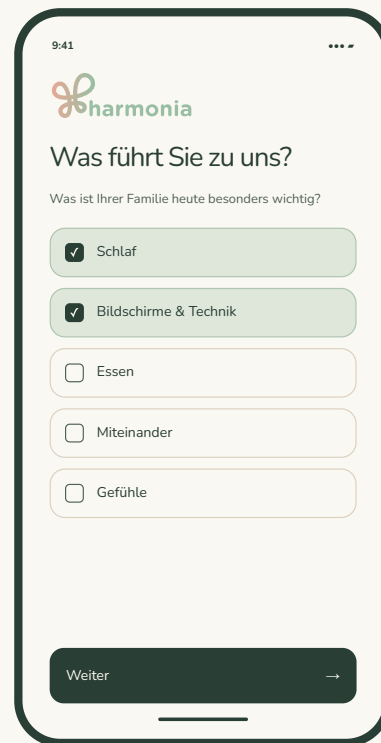
☐ 5 Jahre

☐ 6 Jahre

☐ 7 Jahre

Weiter →

01 / Die Familie kennenlernen



9:41

harmonia

Was führt Sie zu uns?

Was ist Ihrer Familie heute besonders wichtig?

☒ Schlaf

☒ Bildschirme & Technik

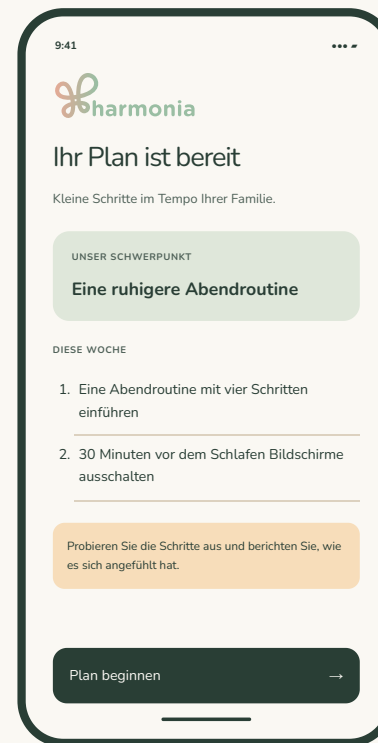
☐ Essen

☐ Miteinander

☐ Gefühle

Weiter →

02 / Die Situation verstehen



9:41

harmonia

Ihr Plan ist bereit

Kleine Schritte im Tempo Ihrer Familie.

UNSER SCHWERPUNKT

**Eine ruhigere Abendroutine**

DIESE WOCHE

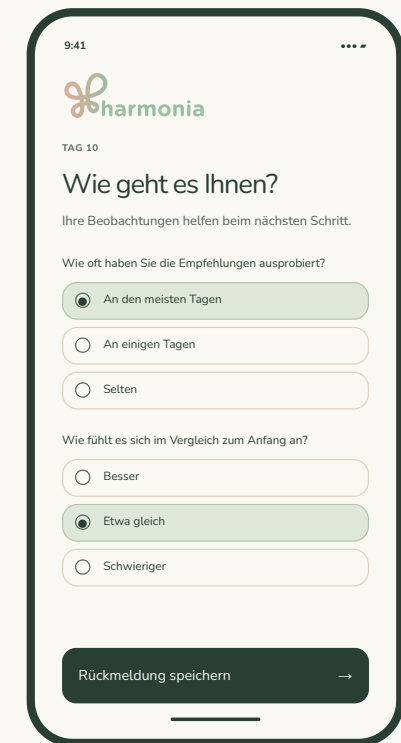
1. Eine Abendroutine mit vier Schritten einführen

2. 30 Minuten vor dem Schlafen Bildschirme ausschalten

Probieren Sie die Schritte aus und berichten Sie, wie es sich angefühlt hat.

Plan beginnen →

03 / Einen klaren Schritt ausprobieren



9:41

harmonia

TAG 10

Wie geht es Ihnen?

Ihre Beobachtungen helfen beim nächsten Schritt.

Wie oft haben Sie die Empfehlungen ausprobiert?

☒ An den meisten Tagen

☐ An einigen Tagen

☐ Selten

Wie fühlt es sich im Vergleich zum Anfang an?

☐ Besser

☒ Etwa gleich

☐ Schwieriger

Rückmeldung speichern →

04 / Veränderungen erkennen

Produktkonzept · illustrative Ansichten

# Vom Profil zum praktischen Schritt.

## 01 Die Familie kennenlernen

Rund 20 Fragen zu Kind, Familie und Erziehungsstil bilden den Ausgangspunkt. Alter, Temperament, Auslöser und Ziele prägen das Profil.

---

## 02 Die Situation verstehen

Eltern wählen die Situation und beantworten gezielte Folgefragen. Fachliche Regeln verbinden die Herausforderung mit dem Familienprofil.

---

## 03 Einen klaren Schritt ausprobieren

Konkrete Hinweise zeigen, was Eltern sagen und tun können. Sie stammen aus einer fachlich definierten Wissensbasis.

---

## 04 Veränderungen erkennen

Ein Zehntagesplan hält fest, was funktioniert hat, was nicht, wann und mit wem. Beobachtungen der Eltern verbessern die nächste Empfehlung.

# Begleitung durch den Tag.

Proaktive Erinnerungen orientieren sich an den Routinen der Familie. Eltern entscheiden, wann Harmonia sich meldet.

07:30 / Morgens

## Ein ruhigerer Start, bevor die Hektik beginnt.

„Gestern war der Morgen schwierig. Bereiten Sie die beiden Wahlmöglichkeiten schon vor dem Frühstück vor.“

17:00 / Spiel & Grenzen

## Die Grenze halten und gemeinsam zurückblicken.

„Wie lief es heute, als Sie beim Spielen bei Ihrer Grenze geblieben sind?“

Nach ausgelassenen Rückmeldungen kann die App fragen, ob Plan oder Zeitpunkt angepasst werden sollen. Eine fehlende Antwort belegt keinen Erfolg. Illustratives Beispiel, kein Erfahrungsbericht.

15:45 / Übergänge

## Ein wenig Vorbereitung auf eine große Veränderung.

„In 15 Minuten ist Abholzeit. Probieren Sie den Countdown, der letzten Dienstag geholfen hat.“

20:00 / Schlafenszeit

## Muster erkennen. Die Routine anpassen.

„War der Abend ruhiger? Halten wir fest, was sich anders angefühlt hat.“

# Wenn der Moment zu viel wird.

Der „Rote Knopf“ bietet kurze, fachlich geprüfte Schritte für bekannte, belastende Erziehungssituationen. Wenige hilfreiche Hinweise, wenn die Aufmerksamkeit begrenzt ist.

- Von einer Psychologin geprüfte Antwortbibliothek
- Ziel: Antwort in 2–3 Sekunden bei bekannten Situationen
- Offline-Zugriff geplant

Pädagogische Elternbegleitung. Ernste oder dringende Anliegen erfordern geeignete professionelle Hilfe.

## HARMONIA · SOFORTHILFE

### **Erst einmal durchatmen.**

Ein ruhiger nächster Schritt.

1. Für Sicherheit sorgen.
2. Mit ruhiger Stimme sprechen.
3. Ein Gefühl benennen.

Illustratives Produktkonzept. Die konkrete Empfehlung folgt dem geprüften Regelwerk.

# Ein klareres Bild für die Fachperson.

Eine strukturierte Zusammenfassung bündelt Situationen, Auslöser, Beobachtungen und ausprobierte Strategien. Familien können sie mit ihrer Kinderärztin oder ihrem Psychologen teilen.

**01****Situation & Kontext****02****Muster im Verlauf****03****Was wir ausprobiert haben****04****Was sich verändert hat**

Geplante Funktion. Eltern entscheiden, was sie teilen.

## **Persönlich heißt auch: auf Alltagsdetails achten.**

Interessen und vertraute Orte machen aus einer allgemeinen Idee etwas, das ein Kind ausprobieren möchte. Freiwillige Umgebungsangaben helfen, die Empfehlung auf den Tag abzustimmen.

Lieblingstiere, Natur und Spielen im Freien · Wasser, Lieblingspark oder Spielplatz · Wetter, Pollen, Luftqualität und UV-Strahlung · Optionaler Standort während der App-Nutzung

Ein Kind, das Hunde mag, könnte an einer Hundeaktivität im vertrauten Park Freude haben. Bei schlechter Luftqualität kann die App eine Alternative für drinnen vorschlagen. Für spätere Entwicklung vorgesehen. Freiwillige Angaben, klare Einwilligung und manuelle Standorteingabe.

# Fachwissen im Mittelpunkt.

Von einer Psychologin entwickelte Regeln steuern die Auswahl von Zielen und Strategien. KI passt Sprache und Beispiele an die Familiensituation an.

## 01 Die Familie verstehen

Strukturierte Fragen erfassen Entwicklung, Familiendynamik, Prioritäten und die verfügbaren Kräfte der Eltern.

---

## 02 Den passenden nächsten Schritt wählen

Sicherheitsprüfungen und fachliche Regeln wählen altersgerechte Ziele und Strategien aus einer geprüften Bibliothek.

---

## 03 Aus dem Alltag lernen

Tägliche Rückmeldungen ermöglichen Anpassungen. Alle zehn Tage wird der Plan fortgesetzt, verändert oder professionelle Unterstützung empfohlen.

Produkt in Entwicklung. Simulierte Fälle und eine unabhängige fachliche Prüfung gehen dem breiteren Zugang für Familien voraus.

# Fachliche Erfahrung. Ein Produkt in der Erprobung.

## 10+ Jahre

Arbeit mit Kindern und Familien

Tihana Starčević

## 100

Familien für den App-Piloten  
vorgesehen

Drei Gruppen: 20 + 30 + 50

## Eigenfinanziert

Beta vor der Seed-Runde geplant

Eigene Mittel und Beiträge von Partnern

Die vom Team berichtete Erfahrung umfasst SOS-Kinderdorf und das Universitätsklinikum Osijek. Workshops erreichten über 100 Kinder; die App wird im geplanten Familienpiloten geprüft.

### Die ersten 100 Familien.

Die Beta soll vor der Finanzierungsrunde aus eigenen Mitteln und Partnerbeiträgen entstehen. Die Seed-Runde finanziert die Validierung und die ersten Akquisitionskampagnen.

# Die ersten 100 Familien.

Bis Dezember 2026

## Beta und interne Tests

Simulierte Familiensituationen anhand des fachlichen Regelwerks prüfen und die Beta für die ersten Familien vorbereiten.

April–Juni 2027

## 50 Familien und eine Entscheidung

Die dritte Gruppe testet echte Zahlungen nach der Probephase. Kampagnen starten im Mai. Die Ergebnisse aller 100 Familien bilden die Grundlage für die Entscheidung im Juni.

Januar–April 2027

## 20 + 30 Familien

Die ersten beiden Gruppen testen Empfehlungen und wiederholte Nutzung ohne Abrechnung. Gruppe drei beginnt im vierten Monat.

Mai 2027–Juni 2028

## Akquisition und Markttests

Akquisition startet im Mai parallel zum Piloten. Mai–Juli dienen dem Lernen; ab August folgt der optimierte Ansatz. DACH-Interesse wird September–Dezember getestet, DACH und UK/Irland im ersten Halbjahr 2028.

# Was die ersten 18 Monate belegen sollen

Validierungsziele des Teams, keine erzielten Ergebnisse. M1–M18: Januar 2027–Juni 2028. Ziele gelten für ausreichend lange beobachtete Kohorten; ihre Erreichbarkeit muss geprüft werden.

| Messgröße                                           | Bis M12                                             | Bis M18                                               |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Testphase → zwei Zahlungen</b>                   | ≥20 % der gestarteten monatlichen Testabos          | ≥25 % der gestarteten monatlichen Testabos            |
| <b>Erste Zahlung / erste Monatsverlängerung</b>     | ≥35 % der Testabos / ≥60 % der Erstzahler           | ≥40 % der Testabos / ≥65 % der Erstzahler             |
| <b>Kumulative Bindung zahlender Kunden</b>          | Die ersten drei Verlängerungen ausweisen            | ≥40 % nach der 3.; ≥25 % nach der 6. Verlängerung     |
| <b>Von Eltern berichteter Nutzen</b>                | ≥70 % Bewertungen mit 4–5/5; ≥70 % Rücklauf         | Gleiches Ziel; kündigende Familien einbeziehen        |
| <b>Sinnvolle Nutzung vor Verlängerung</b>           | Ausgangswert ermitteln                              | ≥50 % der Verlängerer in den letzten 15 Tagen aktiv   |
| <b>Erstattungen der Erstzahlung binnen 30 Tagen</b> | Anzahl und Gründe erfassen                          | ≤3 %; über 5 % Ursachen untersuchen                   |
| <b>Kanal-CAC Kroatien / gemessene Amortisation</b>  | ≤25 € als Lernziel                                  | Etwa 18 € oder weniger; Amortisation binnen 9 Monaten |
| <b>Aktive Zahler und MRR</b>                        | Monatlich neue, verlängerte und verlorene Abos; MRR | Etwa 1.200 aktive Zahler; im Monatsmodell prüfen      |

Das Finanzbasisszenario behält die konservative Konversionsannahme von 10 %. Operative Ziele von 35–40 % erhöhen die Umsatzprognose nicht automatisch. Das bestehende Ziel von 1.201 Zahlern muss weiterhin mit monatlichen Kohorten geprüft werden.

# Nachweise bei automatischer Aboverlängerung

## Nenner der Testabos

Alle gestarteten monatlichen Testabos mit autorisierter künftiger Zahlung, auch früh gekündigte. Kostenlose Pilotkohorten 20 + 30 ausgeschlossen.

## Kumulative Bindung

Dritte Verlängerung = vierte Zahlung. Nenner: ursprüngliche Erstzahler mit genügend Beobachtungszeit. Jahresabos und Reaktivierungen getrennt zeigen.

## Transparente automatische Verlängerung

Karte zu Beginn; 20 Tage Testphase; Erinnerung drei Tage vor Abbuchung; einfache Kündigung. Automatische Zahlungen allein belegen keine Zufriedenheit.

## Zahlungstermine

Erstzahlung  $\approx$ D20; erste Verlängerung  $\approx$ D50. Zwei Zahlungen 14 Tage später ( $\approx$ D64–65) auswerten, ohne bis dahin erstattete Zahlungen. Spätere Erstattungen nachtragen; tatsächliche Fälligkeit zählt.

## Nutzung und Nutzen

Plananwendung oder inhaltlicher Check-in in den letzten 15 Tagen. Aktivität aller Zahler ebenfalls zeigen. Befragung an D20 und nach dem ersten bezahlten Monat; Aussteiger und Rücklauf einbeziehen.

## Gemessene Amortisation

Zugeordnete Akquisitionskosten aus tatsächlichem Kohortenbeitrag nach Steuern, Gebühren, Erstattungen, KI, Infrastruktur, variablem Support und Testkosten decken. Abwanderung berücksichtigen.

Die Ziele sind Entscheidungen des Teams mit Bezug auf Abonnementstudien. Deren Stichproben unterscheiden sich; keine ist ein spezifischer Benchmark für KI-Elternbegleitung in Kroatien. Die Erreichbarkeit zeigen Harmonias eigene Kohorten. Definitionen, Kohortengrößen und Finanzkontext ↗

# Nachweise in drei Stufen

## M1–M6 · Pilot

100 Familien (20 + 30 + 50), D20  $\geq$  40 % sowie bestehende Fach- und Sicherheitsprüfungen. Die bezahlte 50er-Kohorte liefert erste Hinweise; keine neue Zahlungsschwelle lässt den Piloten automatisch scheitern.

## M7–M12 · Wiederholbarkeit

Ziel:  $\geq$  100 Erstzahler in drei aufeinanderfolgenden Monatskohorten; nur fällige Verlängerungen bewerten. Akquisition ab M5, Lernphase M5–M7, optimiertes HR ab M8. Finanzierungsgespräche in M11 verwenden nur dann vorhandene Nachweise.

## M13–M18 · Bindung und Wirtschaftlichkeit

Ziel:  $\geq$  200 Erstzahler aus  $\geq$  3 Kohorten bis zur dritten Verlängerung beobachten;  $\geq$  100 mit genügend Zeit für die sechste. Praktische Datenziele, keine statistischen Garantien. DACH- und UK/Irland-Tests getrennt berichten.

Zentrale Nutzungskennzahl des Piloten bleibt  $\geq$  40 % aktiv an Tag 20. Die bestehende Aktivierungsschwelle von  $\geq$  60 % bedeutet das Erreichen des ersten täglichen Check-ins, keinen belegten Nutzen. Profil, Plan, Check-in, Anwendungsversuch und berichteten Nutzen samt Zeitpunkt in den ersten sieben Tagen getrennt erfassen. Zusammenhang mit D20 und Verlängerung prüfen; kein neues 48-Stunden-Ziel.

---

## Monatlicher Abonnementumsatz

MRR beruht auf aktiven Abonnements; Jahresbeträge auf zwölf Monate verteilen und Steuer- sowie Rabattbehandlung nennen. Zahlungseingänge getrennt ausweisen. Einmalpakete, B2B-Projekte und Beratung sind kein MRR.

## Wirtschaftlichkeit mit Daten belegen

25 € Kanal-CAC sind ein Lernschritt, kein Rentabilitätsnachweis. Etwa 18 € und gemessene Amortisation binnen neun Monaten müssen durch Bindung und Kosten belegt werden; sie beweisen weder Unternehmensrentabilität noch LTV/CAC von 3x.

# Kroatien zuerst. Mit internationalem Anspruch.

Wir beginnen mit kroatischen Familien mit Kindern von 3–7 Jahren. Der Plan verbindet Kinderzahlen mit Haushalten: eine Mitgliedschaft pro Familie.

~175.000

Kinder von 3–7 Jahren

Schätzung des Geschäftsplans

~140.000

Zielhaushalte in Kroatien

Kinderzahl × Haushaltsfaktor 0,80

1

Mitgliedschaft pro Familie

Geschwister teilen einen Familienplan

Planungsannahmen des Teams. Haushaltsfaktoren und weitere Märkte werden in der Investorenanalyse erläutert.

## Globaler Marktkontext · USD

~1,8 Mrd. \$

2025 · konservatives Modell

~5,5 Mrd. \$

2035 · konservatives Modell

~11,5%

Modell-CAGR · 2025–2035

Das Modell verwendet konservative Annahmen: rund 1,8 Mrd. \$ im Jahr 2025, 5,5 Mrd. \$ im Jahr 2035 und 11,5% CAGR. Roots Analysis veröffentlicht 1,94 Mrd. \$, 6,02 Mrd. \$ und 12,0%. Die breite Kategorie der Eltern-Apps dient als Marktkontext und entspricht nicht Harmonias erreichbarbarem Umsatz.

# Für diese Familien entwickeln wir Harmonia.

## 01 **Zunächst: 3–7 Jahre**

Starke Gefühle, Grenzen, Schlaf, Übergänge in der Kita und Schulbeginn.

---

## 02 **Später: 7–12 Jahre**

Motivation, Bildschirmnutzung, Freundschaften, Selbstvertrauen und Gefühle.

---

## 03 **Später: 13–17 Jahre**

Selbstständigkeit, Kommunikation, Vertrauen und altersgerechte Unterstützung bei psychischen Belastungen.

Erste Marketingzielgruppe: digital aktive Mütter von 25–45 Jahren. Das Produkt richtet sich an Eltern und primäre Bezugspersonen; Einrichtungen bieten später einen weiteren Vertriebsweg.

# Ein genaues Familienprofil. Begleitung, die sich weiterentwickelt.

Harmonia verbindet kindliche Entwicklung, Familiendynamik und Erziehungsstil in einem strukturierten Profil. Fachliche Regeln und tägliche Rückmeldungen prägen einen fortlaufenden Plan. KI passt die Alltagshinweise an.

| Produkt     | Ansatz                                                                                                                                 | Abwägung                                                                                  | Geplanter Vorteil von Harmonia                                                                                                           |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Good Inside | Dr. Beckys Fachmethode, Inhaltsbibliothek, Eltern-Community und GiGi-KI-Chat mit Spracheingabe.                                        | Chat-Hilfe beginnt mit der Frage und dem Kontext der Eltern.                              | Detailliertes Familienprofil: strukturierte Antworten zu Kind, Familiendynamik und Erziehungsstil prägen einen fortlaufenden Plan.       |
| Joy         | KI auf Basis von Fachwissen sowie Zugang zu zertifizierten Elterncoaches rund um die Uhr.                                              | Persönliches Coaching benötigt Fachkräftezeit; die Kapazität muss die Nachfrage abdecken. | Softwaregestützte Begleitung: fachliche Regeln steuern Alltagspläne. Start mit 3–7 Jahren, später breitere Altersabdeckung geplant.      |
| MissPoppins | Marktplatz für persönliche Coachingtermine und Pakete, auch als Arbeitgeberangebot.                                                    | Jeder gebuchte Termin erfordert Zeit und Verfügbarkeit eines Coaches.                     | Ein täglicher Plan: Zehntageszyklen, Check-ins und Weiterleitung bei fachlichem Unterstützungsbedarf.                                    |
| Harmonia    | Geplant: Familienprofil, täglicher Check-in und Zehntagesprüfung – fortsetzen, anpassen oder weiterleiten. HR-Planpreis: 8,99 €/Monat. | Beta in Entwicklung. Nutzen, Bindung und Bereitstellungskosten werden im Piloten geprüft. | Ein fortlaufender Prozess: strukturierte Erfassung, fachliche Entscheidungsregeln und Familienfeedback in einem softwaregestützten Plan. |

Wettbewerberbeschreibungen beruhen auf offiziellen Produktquellen, geprüft am 9. Oktober 2026. Abwägungen sind unsere Einschätzung der veröffentlichten Servicemodelle. Harmonias Funktionen und Vorteile sind geplant und werden im Piloten geprüft.

# Abonnements als Basis. Mehr Wege zu Familien.

Geplant sind 8,99 € monatlich in Kroatien und der Region. Die 20-tägige Probephase umfasst zwei Zehntagespläne, klare Verlängerungsbedingungen, eine Erinnerung drei Tage vor der Abrechnung und eine einfache Kündigung.

Kroatien & Region

## 8,99 €

pro Monat · inkl. angenommener kroatischer MwSt.

DACH & englischsprachige Märkte

## 19 €

pro Monat · geplanter Testpreis

### B2C-Abonnements

Monatliche und jährliche Premiumpläne. Jahrespreise müssen noch validiert werden.

### Angebot für Beschäftigte

Unterstützung für Mitarbeitende, die Eltern sind.

### Einrichtungen

Lizenzierter Zugang über Kitas, Schulen und Kliniken.

### Programme & Beratung

Thematische Inhalte und persönliche Videoberatung.

# Lokal validieren. Mit belastbaren Daten wachsen.

2027–28

## Kroatien & Region

Mit kroatischen Familien validieren. Akquisition ab Mai 2027; Optimierung nach Lernphase und Entscheidung im Juni.

1. Halbjahr 2028

## DACH mit UK & Irland vergleichen

7.000 € für den DACH-Test und 2.500 € für einen kleineren UK/Irland-Test. Akquisitionskosten, Konversion und Bindung messen.

2030

## Dort einsteigen, wo die Tests überzeugen

Englischsprachige Expansion im Basisszenario, dazu Märkte mit ausreichender Konversion und CAC auf oder unter dem DACH-Vergleichswert.

Weiteres Wachstum hängt von gemessener Nachfrage, Akquisitionsökonomie und Finanzierung ab. Die parallelen Tests 2029 liegen außerhalb der Seed-Phase.

September–Dezember 2027

## Österreich & Deutschland: Interesse prüfen

1.500 € für eine deutsche Landingpage und Warteliste. Bei positivem Signal folgt die deutsche Lokalisierung für 6.500 €.

2029

## Den überzeugenderen Markt ausbauen

DACH ist das Basisszenario. UK/Irland kann bei besseren Ergebnissen Vorrang erhalten. Parallel werden auf Englisch die nordischen Länder, Niederlande, Singapur und VAE getestet.

Ab 2032

## Japan & Südkorea

Eintritt mit gesondertem Lokalisierungsbudget und lokalem Partner.

# Der aktualisierte Wachstumsplan für 18 Monate

17.645

angestrebte Neuregistrierungen

83.950 €

Marketing inkl. Akquisition und  
Social Media

35.650 €

Werbung: Region sowie DACH-  
und UK/Irland-Tests

10,41 %

geplante Konversion zur Zahlung

Kampagnen starten im Mai 2027. Drei Monate dienen dem Lernen. Ziele: 7.750 Registrierungen 2027 und 9.895 im ersten Halbjahr 2028. Die frühe DACH-Warteliste zählt nicht als App-Registrierung.

## Kanäle, die Vertrauen aufbauen

Kitas, Kinderärzte, Psychologen, Partnerverbände, Arbeitgeber, digitale Kanäle und Influencer. Größere Partnerausgaben folgen erst nach validierten Werbeansätzen und Konversionswerten.

# Zuerst lernen. Mit reiferen Kanälen effizienter werden.

Die Lernphase setzt 37 € gemischte CAC je Zahler an (etwa 45 € über bezahlte Werbung), bei 0,54× Deckungsbeitrags-LTV/CAC. Die optimierte HR-Phase in Monaten 8–18 setzt 17,92 € Kanal-CAC und 1,12× an. Diese Planannahmen müssen mit echten Nutzerkohorten geprüft werden.

| Durchschnittliche bezahlte Nutzungsdauer | Deckungsbeitrags-LTV · HR | Illustrativer LTV / CAC |
|------------------------------------------|---------------------------|-------------------------|
| 4                                        | 20 €                      | 1,12×                   |
| 8                                        | 40 €                      | 2,25×                   |
| 12                                       | 60 €                      | 3,37×                   |

Bei 8,99 € einschließlich angenommener 25 % MwSt. und 70 % Deckungsbeitragsmarge ergeben vier bezahlte Monate 20,14 € LTV. Gegenüber 17,92 € HR-Kanal-CAC entspricht das 1,12×. Dies sind Planungsannahmen.

Der HR-Wert gilt für optimierte regionale Akquisition. Kanal-CAC enthalten weder Personal noch Gründerzeit. Die Analyse trennt Lernphase, Expansionstests und die gesamte Seed-Phase.

Sensitivität der Betriebskostendeckung: Bei 8,99 € monatlich inklusive Umsatzsteuer und 70% Deckungsbeitragsmarge nach Umsatzsteuer decken durchschnittlich rund 4.570 aktive zahlende Abonnenten über volle zwölf Monate die für 2028 geplanten Betriebskosten von 276.003 €. Das entspricht etwa 3,3% von 140.000 Haushalten. Dies ist eine Illustration eines stabilen Betriebs, kein Seed-Ziel und keine Rentabilitätsprognose.

# Drei Akquisitionsphasen mit unterschiedlichen Erwartungen

HR-Lernphase:  $0,54\times$  LTV/CAC laut Quelle. Spätere HR-Phase:  $1,12\times$  bei einheitlichem HR-Preis. DACH- und UK/Irland-Tests: etwa  $0,2\times$ . Die Tests liefern Erkenntnisse vor größeren Investitionen.

Optimierte HR-Phase · Monate 8–18: Rund 1,88 € gemischte Akquisitionskosten je Gratis-/Testnutzer und etwa 10,5% gewichtete Konversion ergeben 17,92 € CAC je neuem Zahler. Die Werte sind aus der zugrunde liegenden Berechnung gerundet. Die geplante illustrative Kostengrenze für bezahlte Werbung beträgt 2,33 € je Gratis-/Testnutzer; sie ist anhand des tatsächlichen Kanalmixes und der Konversion zu prüfen.

1.201: Premiumabonnements als Ziel · Juni 2028 · 95.635 €: geplanter Gesamtumsatz · 18 Monate · 325.000 €: gesuchte Seed-Finanzierung

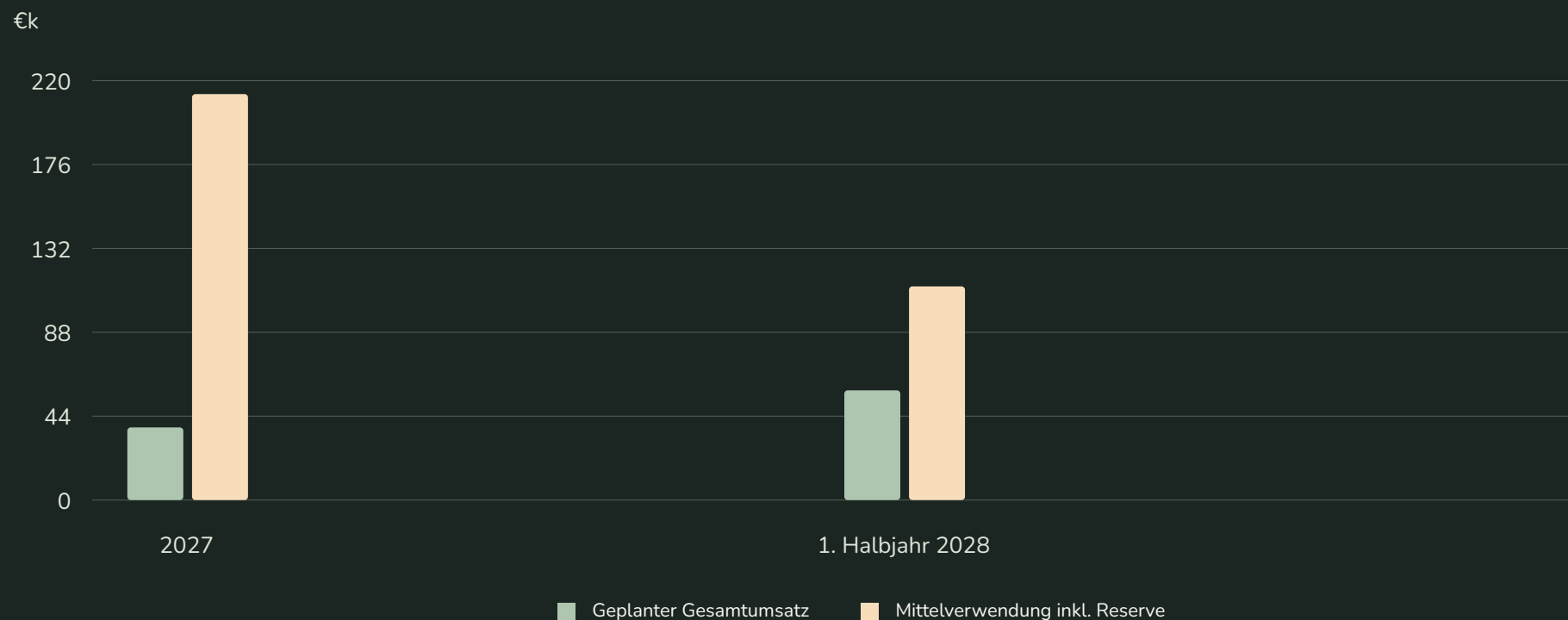
Der Umsatz umfasst 78.893 € aus Abonnements und 16.742 € aus weiteren Leistungen. Alle Werte sind Projektionen des Geschäftsplans.

Planungsziele des Teams

# Ausgaben der Seed-Runde nach Zeitraum

Seed-Mittelzuweisung einschließlich Reserve: 212.933 € im Jahr 2027 + 112.067 € im ersten Halbjahr 2028 = 325.000 €.

Umsatz wird als eigene Datenreihe dargestellt.



Der Umsatz umfasst 78.893 € aus Abonnements und 16.742 € aus weiteren Leistungen. Alle Werte sind Projektionen des Geschäftsplans.

# Zahlen und Definitionen des Geschäftsplans

| Zeitraum                | Neue Nutzer | Premium zum Periodenende | Abonnements | Weitere Leistungen | Gesamtumsatz |
|-------------------------|-------------|--------------------------|-------------|--------------------|--------------|
| <b>2027</b>             | 7.750       | 775                      | 33.443 €    | 4.650 €            | 38.093 €     |
| <b>1. Halbjahr 2028</b> | 9.895       | 1.201                    | 45.450 €    | 12.092 €           | 57.542 €     |

Ziele gemäß Geschäftsplan. Abonnenten- und Umsatzberechnung beruhen auf Periodenannahmen. Die Analyse erläutert die noch abzugleichende monatliche Zahlungsplanung.

# Mittelverwendung im Zeitverlauf

| Quartal        | Zuteilung inkl. Reserve | Reserve | Ausgaben ohne Reserve |
|----------------|-------------------------|---------|-----------------------|
| <b>Q1 2027</b> | 48.316 €                | 1.313 € | 47.003 €              |
| <b>Q2 2027</b> | 54.482 €                | 1.313 € | 53.169 €              |
| <b>Q3 2027</b> | 50.909 €                | 1.313 € | 49.596 €              |
| <b>Q4 2027</b> | 59.225 €                | 1.313 € | 57.912 €              |
| <b>Q1 2028</b> | 55.385 €                | 1.313 € | 54.072 €              |
| <b>Q2 2028</b> | 56.683 €                | 1.313 € | 55.370 €              |

Enthalten sind 7.878 € Reserve für genehmigte unvorhergesehene Ausgaben. Sie ist kein regulärer Betriebsaufwand. Die Darstellung in ganzen Euro ist auf insgesamt 325.000 € abgestimmt; Q4 2027 wird mit 59.225 € dargestellt. Das zugrunde liegende Monatsmodell bleibt unverändert.

## Kapital und Zeitplan

Die Seed-Phase reicht von Januar 2027 bis Juni 2028. Gespräche zur Anschlussfinanzierung sind ab November 2027 geplant. Eine mögliche Wachstumsrunde von 1 Mio. € für 2029 ist separat und nicht im Seed-Kapital enthalten.

# 325.000 € für Validierung und erste Familien

| Mittelverwendung                             | €         | %     |
|----------------------------------------------|-----------|-------|
| Gründerinnen                                 | 143.172 € | 44,1% |
| Produktentwicklung, Lokalisierung und Server | 61.500 €  | 18,9% |
| Marketing und Akquisition                    | 83.950 €  | 25,8% |
| Qualitätsprüfung                             | 5.000 €   | 1,5%  |
| Recht und Datenschutz                        | 10.200 €  | 3,1%  |
| Betrieb und Abschlusskosten                  | 13.300 €  | 4,1%  |
| Nicht zugeordnete Reserve                    | 7.878 €   | 2,4%  |

Die Beta ist eigenfinanziert, mit Partnerbeiträgen, und nicht Teil der Seed-Runde.

# Was die Runde finanziert

**Gründerinnen:** 143.172 € für zwei Gründerinnen in Vollzeit über 18 Monate, einschließlich geplanter Verpflegungspauschale.

**Marketing und Akquisition:** 83.950 €: Akquisitionspersonal 27.000 €, Social Media 7.200 €, HR-Werbung 24.650 €, DACH- und UK/Irland-Tests 11.000 € sowie unterstützende Kanäle 14.100 €. Die CEO verantwortet die Kanalstrategie gemeinsam mit der Akquisitionskraft.

**Recht und Datenschutz:** Datenschutz, Abonnementbedingungen, Verträge, geistiges Eigentum und Gesellschaftsdokumente.

**Nicht zugeordnete Reserve:** 7.878 € bzw. 2,4 % der Runde bleiben für unvorhergesehene Ausgaben. Das Budget von 325.000 € umfasst Akquisition und Social Media; die CEO verantwortet die Kanalstrategie.

**Produktentwicklung, Lokalisierung und Server:** 45.000 € für einen Full stack dev & AI expert mit 50 % Kapazität, 4.000 € für Englisch, 6.500 € für Deutsch nach positivem Nachfragesignal und 6.000 € für Server. Ivan verantwortet die technische Leitung.

**Qualitätsprüfung:** Unabhängige Prüfung, Pilotbegleitung, Supervision und Analyse im Programm mit 100 Familien.

**Betrieb und Abschlusskosten:** Buchhaltung, Werkzeuge, Reisen, Bank- und Abschlusskosten.

# Familienkompetenz. Wirtschaftserfahrung. Technische Tiefe.

SŠR

**Sven Špehar Rajević**

CEO · Mitgründerin

Ökonomin mit über 20 Jahren Erfahrung in Geschäftsentwicklung, Marketing und Projektmanagement, davon acht Jahre in IT, überwiegend SaaS. Erprobte Harmonia-Workshops zur emotionalen Resilienz mit über 100 Kindern. Mutter eines Kindes. Lizenzierte Relax-Kids-Trainerin.

TS

**Tihana Starčević**

Chief Clinical Officer · Mitgründerin

Psychologin mit über zehn Jahren Erfahrung mit Kindern und Familien, unter anderem bei SOS-Kinderdorf und am Universitätsklinikum Osijek. Weiterbildung in kognitiver Verhaltenstherapie; Autorin von Steps Through the Storm. Mutter eines Kindes und Stiefmutter von drei Kindern.

IL

**Ivan Lozančić**

CTO

Mitgründer und CEO von Gauss: über 60 Engineers, Kunden in 20 Ländern, Plattformen wie Gauss Box und ORKA ERP. Auszeichnung durch Deloitte Technology Fast 50 CE. Eigentümer des privaten Gymnasiums Gaudeamus. Verantwortet Entwicklung und KI-Architektur. Die technische Leitung ist von der finanzierten täglichen Entwicklungsarbeit getrennt. Vater von drei Kindern.

Rollen und Biografien wurden vom Harmonia-Team bereitgestellt. Die Rolle Full stack dev & AI expert übernimmt sämtliche Weiterentwicklungen der Beta, einschließlich Fehlerbehebung und KI-Integration, unter Ivans technischer Leitung.

# Beirat

## 01 Krešimir Vrhovčak

Über 20 Jahre Erfahrung in Geschäftsanalyse, Softwareentwicklung und Teamführung. Softwarearchitekt mit Erfahrung in Vorbereitung und Leitung von Forschungs- und Entwicklungsprojekten.

---

## 02 Ante Magzan

Gründer von Afekt; Mitgründer von Iskon, T-portal, MAXtv und HUB385. Mentor bei Nuqleus.

---

# Eigenfinanziert

Beta vor der Seed-Runde geplant

Eigene Mittel und Beiträge von Partnern

Die vom Team berichtete Erfahrung umfasst SOS-Kinderdorf und das Universitätsklinikum Osijek. Workshops erreichten über 100 Kinder; die App wird im geplanten Familienpiloten geprüft.

# Vertrauen gehört zum Produkt.

## Geprüfte Empfehlungen

Fachlich erstellte Inhalte, unabhängige Szenariotests und klare Grenzen bei unbekannten oder ernsten Situationen.

## Kontrolle bei den Eltern

Kontextangaben und Erinnerungen sind freiwillig. Eltern können Profile berichtigen und selbst entscheiden, was sie teilen.

## Nur notwendige Daten

Identifizierende Angaben an die KI minimieren. Zugriff, Aufbewahrung und Löschung der Familiendaten festlegen.

## Belege vor Versprechen

Nutzen und Sicherheit prüfen sowie tatsächliche Datenschutz- und regulatorische Anforderungen vor dem Start klären.

Dies sind Anforderungen an Produkt und Markteinführung, kein Nachweis zertifizierter Konformität oder klinischer Wirksamkeit.

# Familien zu mehr Gelassenheit begleiten.

Wir suchen 325.000 € für 18 Monate: Empfehlungen mit 100 Familien validieren, regionale Akquisition aufbauen und die Nachfrage in Österreich, Deutschland, Großbritannien und Irland vergleichen.

# 325.000 €

## 100

Geplante Pilotfamilien

## 7.878 €

Nicht zugeordnete Reserve

## 18 Monate

Januar 2027–Juni 2028

Vorgeschlagene Investition: 325.000 € für 15% Beteiligung, entsprechend 1.841.667 € Pre-Money und 2.166.667 € Post-Money. Diese Konditionen sind ein Vorschlag und müssen mit dem Investor vereinbart werden.

[info@harmoniaworld.net](mailto:info@harmoniaworld.net)

[harmonia.orka.solutions](https://harmonia.orka.solutions)

# Quellen und Planungsgrundlage

Finanzprognosen und Budgets basieren auf dem Harmonia-Geschäftsplan. Produktstrategie und Teambiografien stammen von den Gründerinnen.

[Good Inside · offizielles Produkt ↗](#)

[Joy · offizieller App-Eintrag ↗](#)

[MissPoppins · offizielles Produkt ↗](#)

[DZS · Natürliche Bevölkerungsentwicklung 2024 ↗](#)

[Roots Analysis · Eltern-Apps 2035 ↗](#)

[Apple · Einführungsangebote ↗](#)

[Apple · Small Business Program ↗](#)

Finanzzahlen sind Projektionen. Die Investorenanalyse erläutert Annahmen und Berechnungsmethoden. Produktillustrationen zeigen das geplante Nutzungserlebnis.

Präsentation und Investorenanalyse verwenden dieselben Finanzannahmen. Produktansichten veranschaulichen das geplante Erlebnis. Ausführliche Analyse: [harmonia.orka.solutions/de/investor/](https://harmonia.orka.solutions/de/investor/).