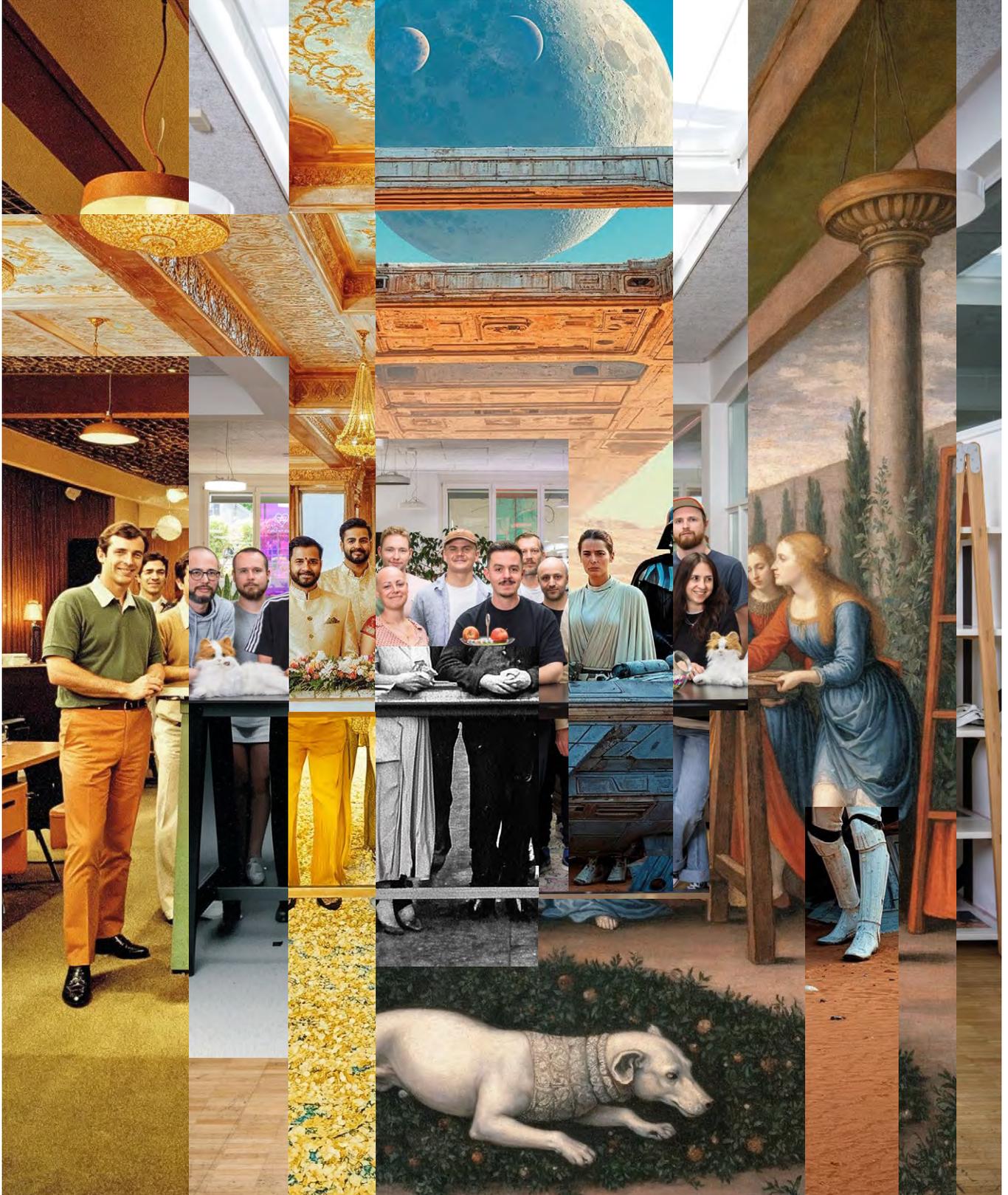


JAHRESBERICHT



3
INFO

7
KULTUR

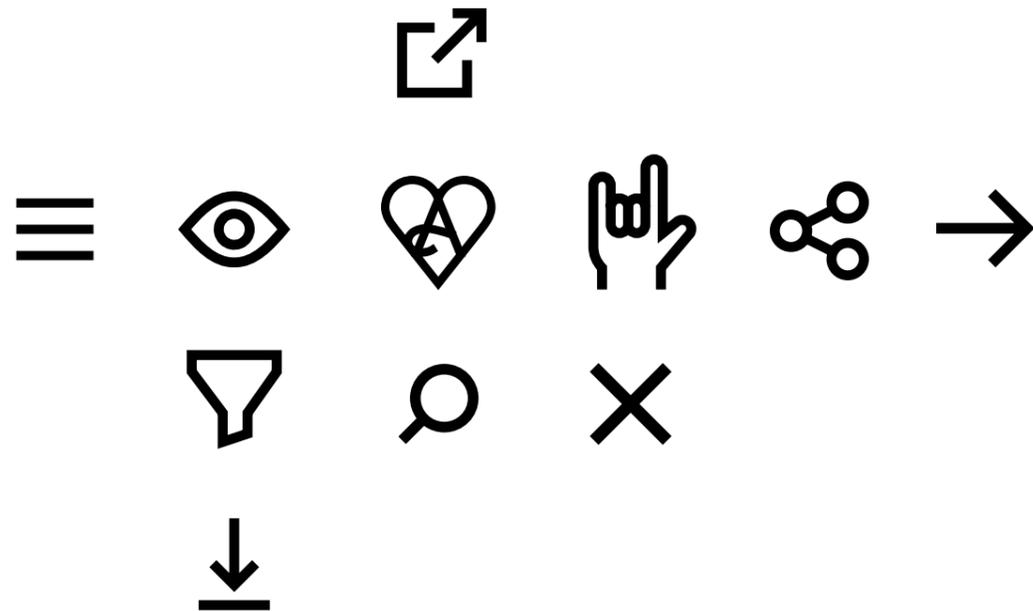
13
WISSEN

21
PROJEKTE

29
ZAHLEN

30
LAGEBERICHT

33
AUSBLICK



Mehr KI mehr Verantwortung

2024 war das Jahr, in dem Künstliche Intelligenz in unseren Alltag drang: Chatbots halfen beim Buchen, Bildmodelle entwarfen Logos, Code-Generatoren schrieben erste Prototypen. Alles wurde scheinbar schneller, billiger und einfacher. Doch mitten in diesem Fortschritt blieb eine Konstante sichtbar: Ohne den Menschen verlieren digitale Produkte Richtung, Sinn und Vertrauen.

Billig und blitzschnell wird die Entwicklung eben doch noch nicht. Prompt Engineering verlangt Fingerspitzengefühl: Nur wer die richtigen Fragen stellt und Zwischenergebnisse kritisch bewertet, erhält Resultate, die wirklich taugen. Anschliessend muss der KI-Output in bestehende Systeme, Datenflüsse und Sicherheitsarchitekturen integriert werden – eine Aufgabe, die Know-how, Zeit und Sorgfalt erfordert.

Der eigentliche Gewinn liegt weniger im Sparen einzelner Stunden als in völlig neuen Möglichkeiten: Personalisierte Inhalte, neuartige Funktionen und smarte Assistenzen, die vorher schlicht nicht machbar waren.

Je mehr KI übernimmt, desto wichtiger wird der Mensch. Algorithmen erkennen Muster, aber sie setzen keine Ziele, wägen keine Folgen ab und übernehmen keine Verantwortung. Menschen bestimmen, welches Problem überhaupt gelöst werden soll, bewerten die Relevanz von Ergebnissen und ziehen die ethischen Grenzen.

KI wird mächtiger, Tools bequemer. Aber je mehr Technik übernimmt, desto wichtiger wird, was und warum wir gestalten. Empathie, kritisches Denken und verantwortungsvolles Handeln bleiben die Leitplanken für digitale Produkte, die Menschen wirklich weiterbringen.

Till Könniker
Creative Direction | Co-Founder

Impressum

Font: Museo Sans, Georgia

Konzept, Design: Till Könniker

Redaktion: Maya Walther, Valentin Naegeli

Fotos: Rob Lewis, Yannick Pulver

Alle Rechte vorbehalten – Apps with love AG, 2025

New Kids on the Block



Ariani Ni Luh
Quality Assurance

Macht Duolingo täglich. Nicht aus Disziplin, sondern aus purer Angst, den Streak zu verlieren und von der Eule angeschrien zu werden.



Marc Loup
Quality Assurance

Wenn er ein Tier wäre, dann wäre er ein Waschbär – nachtaktiv und mit einer grossen Vorliebe für Snacks.



Dinah Bolli
Android Development

Hat in ihrem Gedächtnis einen extra Slot für Musik: Ein Lied, das sie vor Jahren ein mal gehört hat, erkennt sie in den ersten Sekunden wieder - inkl. Akkordabfolge.



Alessandro Pittori
Web Development

Kann Chinesisch lesen und schreiben und sogar in Kantonesisch kennt er sich ein bisschen aus. Zum Üben liest er gerade Heidi auf Chinesisch.



Michael Heimann
Co-Head of Web Development

Spielt zusammen mit seiner Tochter Ländlermusik - sie Schwyzerörgeli, er am Kontrabass.



Sven Schumacher
Web Development

Ist der talentierteste Mundtrompeter in seiner Familie.



Marcin Nowak
DevOps Engineer

Wenn er ein Tier wäre, wäre er wohl eine Katze, weil er gerne seine eigenen Wege geht und immer auf vier Pfoten landet.



Tobias Minder
Project Management

Der grösste Anteil seines vielfältiges Wissens stammt nicht aus dem Studium oder Job, sondern von seiner Begeisterung für Dokus aller Art.

Was machen wir eigentlich den ganzen Tag?

Beratung rund um alles Digitale

Wir beraten und begleiten dich bei der digitalen Transformation und finden gemeinsam die richtige Digitalisierungsstrategie. Lösungsorientiert und technologieneutral.

Projektmanagement

Egal welches Projektframework oder welche Methodik: Jedes Projekt braucht Leute, die alle Fäden zusammenhalten. Deshalb haben wir Projektmanager*innen mit viel Erfahrung und vielfältigen Skillsets, die stets den Überblick über Termine, Budgets und Timing behalten.

User Experience

User Experience ist der Schlüssel dazu, dass digitale Produkte nicht nur genutzt, sondern geliebt werden. Unser UX-Team sorgt dafür, dass die UIs, die wir bauen, den Bedürfnissen der Enduser*innen entsprechen, intuitiv sind und positiv in Erinnerung bleiben.

Konzept und Design

Unser Designteam entwickelt klare Designsprachen, durchdachte Interfaces und stimmige Nutzungserlebnisse. Dabei denken wir immer vom Menschen her: Was hilft? Was begeistert? Was bleibt? So entstehen Lösungen, die nicht nur funktionieren, sondern auch wirken.

Softwareentwicklung

Wir entwickeln individuelle Software, die genau auf die Bedürfnisse unserer Kund*innen und deren Nutzer*innen zugeschnitten ist. Egal ob native Apps, Web-Apps oder Websites - gemeinsam finden wir für fast jede Herausforderung die passende Lösung.

Marketing

Wer ein digitales Produkt entwickelt, muss das der Zielgruppe auch erzählen. Die nutzungsfreundlichste Website und die schönste App bringen nichts, wenn niemand davon weiss. Wir helfen, das richtige Marketing-Paket zu schnüren.

Requirements Engineering

Die präzise Erhebung von Requirements (Anforderungen) ist die Grundlage für die Entstehung eines erfolgreichen digitalen Produktes. Wir unterstützen dich dabei, die Anforderungen umfassend zu definieren und dokumentieren und dadurch deine Lösung von Anfang an richtig zu gestalten.

Support

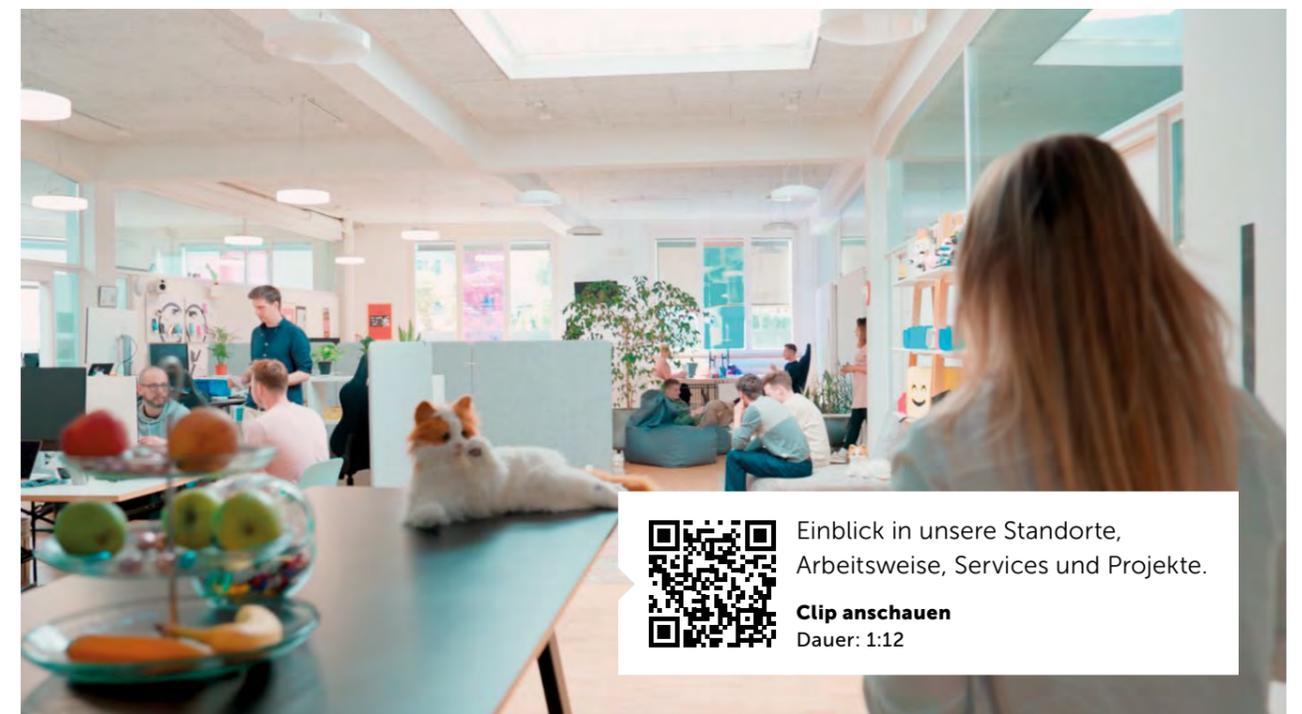
Unser Support Team ist auch nach dem Launch eines Produktes für dich da und sorgt dafür, dass die Apps und Websites zuverlässig und langfristig stabil funktionieren. Sollte es doch mal zum Störfall kommen, helfen wir, Probleme im Betrieb unkompliziert aus der Welt zu schaffen.

Qualitätssicherung und Testing

Um am Markt erfolgreich zu sein, reicht es nicht aus, durchschnittliche Software zu entwickeln - hohe Qualität ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Wir testen unsere Entwicklungen auf Herz und Nieren und stellen sicher, dass sie den gestellten Qualitätsanforderungen entsprechen.

Workshops

Ob es um neue Ideen, konkrete Lösungen oder den nächsten Entwicklungsschritt geht - in unseren Workshops schaffen wir gemeinsam Klarheit. Wir helfen dabei, Anforderungen einzugrenzen, Prioritäten zu setzen und tragfähige Strategien zu entwickeln.



Einblick in unsere Standorte, Arbeitsweise, Services und Projekte.

Clip anschauen
Dauer: 1:12



«Hotel Dolores» von Manon

Art Editions

Auch dieses Jahr zeigen die Apps with love Art Editions vier Werke sehr unterschiedlicher Schweizer Künstler*innen. Mit dieser limitierten Druckserie möchten wir Kunst auch ausserhalb der üblichen Kunstkreise zugänglicher machen und an Orte bringen, wo sie sonst kaum gesehen wird.

Die Artists der Editions 2025

Manon gilt als Pionierin der Schweizer Foto-, Performance- und Installationskunst. Sie ist wohl die bedeutendste feministische Schweizer Künstlerin ihrer Generation.

Seit den frühen 1970er-Jahren untersucht sie mit radikal persönlichen Inszenierungen Themen wie Identität, Körper und Geschlechterrollen. Manons Art der Selbstinszenierung hat vieles vorweggenommen, was heute aktuell ist.

Für die Apps with love Art Edition hat Manon ein Foto ihrer Bildserie «Hotel Dolores» ausgewählt, welche 2008 bis 2011 entstanden sind.

manon.ch



Manon beim Signieren der Edition in ihrem Wohnstudio in Zürich

Angelos Merges bewegt sich zwischen Figuration und Fragment. Seine Bilder zeigen Körperteile, Gesten und räumliche Versatzstücke, die sich zu offenen Erzählungen verdichten. Mit fast grafischer Malerei und digital anmutender Farbigkeit entstehen Arbeiten, die Intimes und Abstraktes zugleich verhandeln.

angelosmerges.com

Olivia Abächerli nutzt Videoanimationen, Wandmalereien und Zeichnungen oft in Form von Mind-Maps. Sie verknüpft persönliche Erfahrungen mit Queerness, Nationalität, Kolonialismus, Rassismus und ihrem eigenen Alltag in der Schweiz. Abächerli war Finalistin des Swiss Art Award 2025.

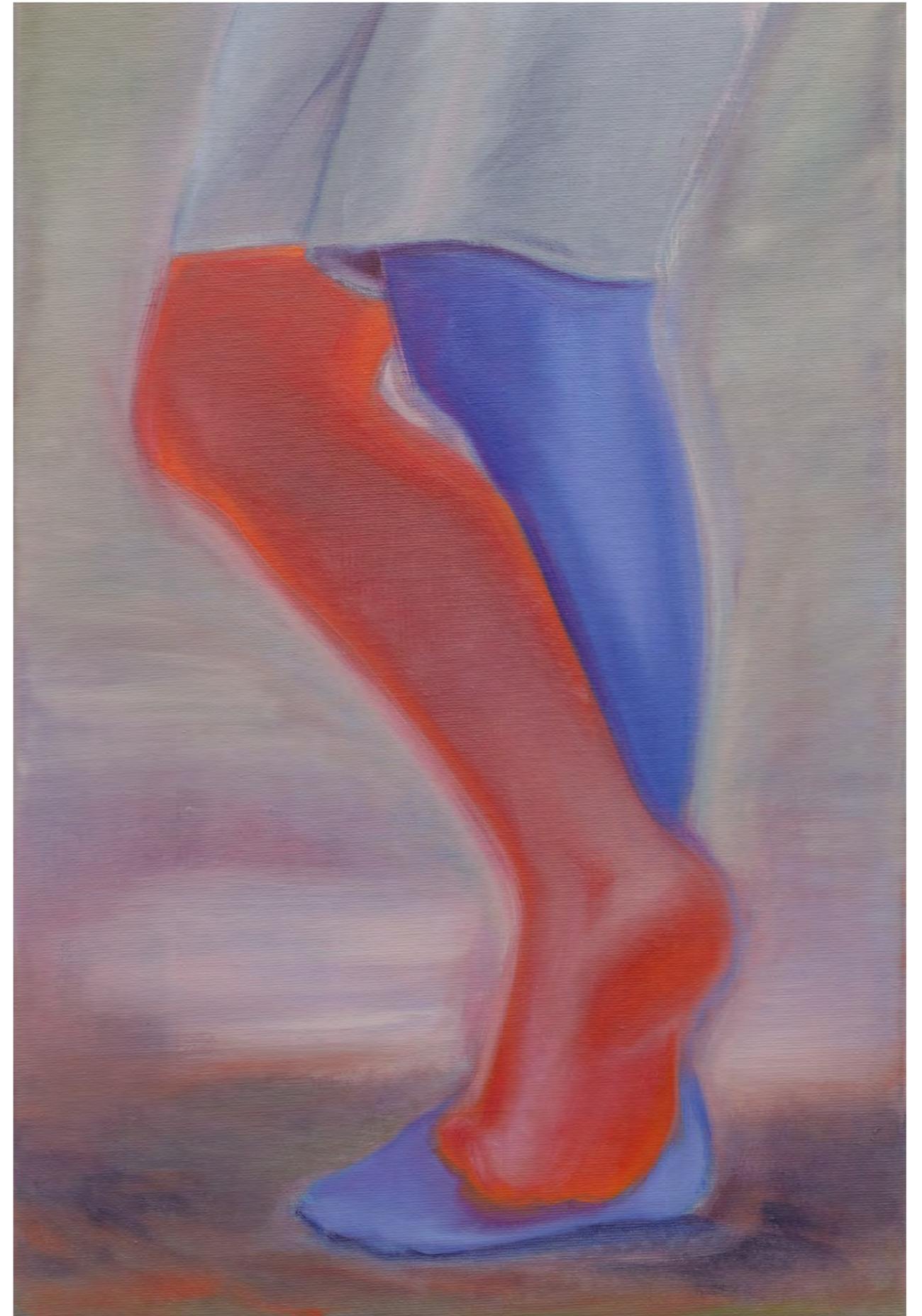
oliviaabaecherli.ch

Romain Jaccoud arbeitet mit Versatzstücken der Pop- und Alltagskultur, die er zu irritierenden, visuell pointierten Bildwelten montiert. Seine Werke oszillieren zwischen Ironie und Ernst, zwischen Konsumkritik und ästhetischem Spiel. Das Werk für die Edition stammt aus seiner Ausstellung Guilty Pleasure.

romainjaccoud.com



Mehr über Apps with love Art Editions



«conflux» von Angelos Merges



«untitled» von Romain Jaccoud



«close up» von Olivia Abächerli

KI im Arbeitsalltag



Stefan Spieler
Concept & Design



Maximilian Lemberg
iOS Development

Welche Tools braucht ihr im Team? Und wozu?

Stefan: «Je nach Anwendungsbereich unterschiedliche Modelle, hauptsächlich aber ChatGPT für Zusammenfassungen von Texten, Checklisten erstellen, User Flows und manchmal Antworten für Interviews. Ich erstelle dazu für jedes Projekt ein eigenes GPT, welches dann den jeweiligen Kontext des Projektes kennt und ständig dazu lernt. Für die Bildgenerierung insbesondere verwende ich Midjourney.»

Maxi: «Wir nutzen meistens Chat Tools von OpenAI, Google oder Anthropic & Agent-basierte Tools wie Claude Code, Gemini CLI oder Cursor. Besonders hilfreich finde ich Claude Code: Damit lassen sich ganze Repositories mit einem Prompt befragen - etwa: „Wie wurde Aspekt XY beim Login umgesetzt?“»

Wie macht KI unsere Produkte besser?

Stefan: «KI beschleunigt vor allem die Konzeptarbeit, da sie mir repetitive Aufgaben abnimmt. Es ist elementar, die Resultate der KI immer zu prüfen und korrigieren. Des Weiteren schliesst es Lücken im Konzept. Sachen, an die man eventuell nicht gedacht hätte, werden früher erkannt.»

Maxi: «Wir entwickeln schneller erste Prototypen und evaluieren Ideen effizienter. Durch die hohe Verfügbarkeit der Technologie ist es einfacher geworden, personalisierte Nutzererlebnisse zu bauen, die die UX unserer Produkte spannender und individueller machen. Auch in der alltäglichen Arbeit wie bei Commit-Messages oder Pipeline-Analysen hilft uns KI.»

Worauf freust du dich in Bezug auf KI? Was macht dir Sorgen?

Stefan: «Ich freue mich auf die vielen Details eines Projekts, auf welche ich mich künftig mehr fokussieren und in die ich mehr Zeit investieren kann. Angst habe ich vor allem vom militärischen Einsatz von KI oder generell, wenn KI verwendet wird, um anderen Menschen zu schaden.»

Maxi: «Ich freue mich, dass wir neue spannende Anwendungen entwickeln können, die sich intelligent und individuell auf die Nutzer*innen einstellen. Sorgen habe ich zum Beispiel bei der wachsenden Menge an generischen, qualitativ schlechten KI-Inhalten - AI Slop everywhere - und bei der Gefahr, dass kritisches Denken verloren geht, wenn man sich zu stark auf KI verlässt.»

Was hat dich bei der Nutzung einer KI überrascht?

Stefan: «Ich werde fast täglich von einem neuen Tool oder einer neuen Funktion überrascht. Kürzlich hab ich Figma Make ausprobiert und war sehr zuerst positiv überrascht vom Resultat. Sobald man die KI dann mit komplexeren Problemen und Prompts füttert, ist das Resultat dann doch wieder ernüchternd und man wünscht sich einen Menschen.»

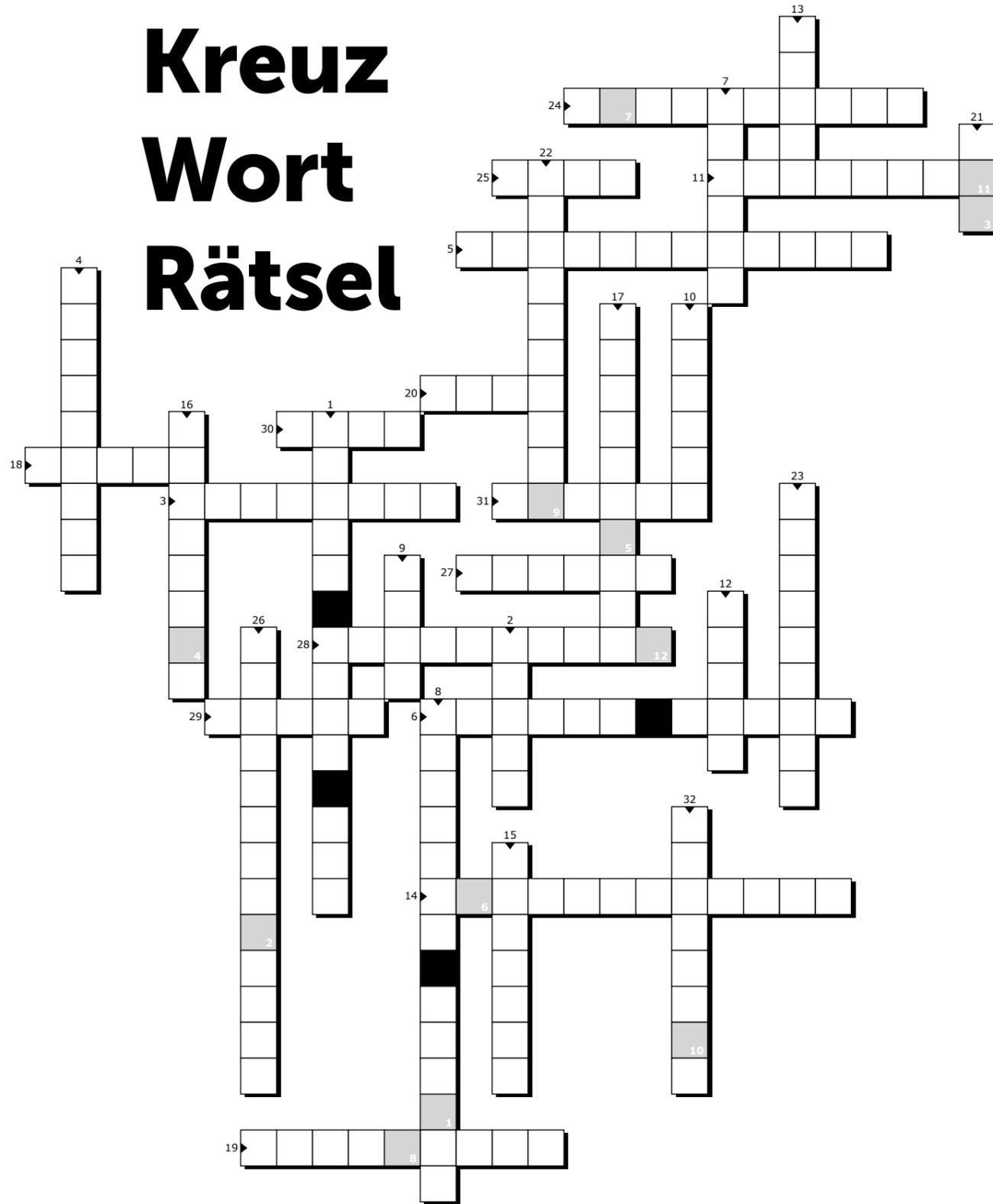
Maxi: «Positiv auf jeden Fall, wie schnell sich die Codequalität entwickelt hat. Vor allem dank agentenbasierten Ansätzen. Negativ ist mir aufgefallen, dass der Trend "Vibe Coding" oft viel zu viel Code generiert. Die Lösungen funktionieren zwar, sind aber meistens überladen, was die Wartbarkeit erschwert und im schlimmsten Fall auch Sicherheitslücken mit sich bringt.»



Custom Emojis in Slack

Gute Kommunikation ist bei dem, was wir tun das A und O und wir haben für fast jede Nachricht die passende Slack-Emoji-Reaktion - das hier ist nur eine Auswahl 😊. Zu beachten beim Kreieren eines Emojis: Motiv freistellen und daran denken, dass es in Slack Darkmode und auch Custom-Themes gibt. Das heisst am besten als quadratisches PNG mit Transparenz hochladen und richtig benamens, damit das Emoji dann auch gefunden wird.

Kreuz Wort Rätsel



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Schick uns das Lösungswort an: info@appswithlove.com

Unter den korrekten Einsendungen des Lösungswortes verlosen wir drei Art Editions nach Wahl.

1. WWW ausgeschrieben?
2. Beliebtes Webframework entwickelt von Facebook?
3. Spitzname des Glas-Raums im Bern Office?
4. Basler Abfall- und Recycling-App?
5. Projektphase, in der Nutzer*innenbedürfnisse erforscht werden?
6. Offizielle Reise- und Krisenhilfe-App des EDA?
7. Flüssiger Office Treibstoff?
8. Feierabend Anlass, der seit unserer Gründung fast jeden Monat stattfindet?
9. Name von Google Gemini bevor es Gemini wurde?
10. Programmiersprache mit einer Schlange im Logo?
11. Das Gegenteil von Backend?
12. Das eigentliche Tier hinter dem Firefox-Logo?
13. Name des Hundes von Stephan Klaus?
14. Game, das Apps with love entwickelt hat?
15. Unser eigenes App Distribution Tool?
16. Unser liebstes CMS?
17. Für diese Marke entwickelten wir unsere erste App?
18. Zahlungslösung, für die wir das erste Design erstellt haben?
19. Adresse unseres Basler Büros?
20. Wichtel aus den Migros Weihnachtskampagnen?
21. Härtestes Bergrennen (Abk.)?
22. Welches Teammitglied lernt Kantonesisch?
23. Welcher Begriff beschreibt die Nutzungsfreundlichkeit digitaler Produkte (En)?
24. Womit lässt sich ein Konzept ohne Programmieraufwand validieren?
25. Welche Programmiersprache heisst wie eine Insel?
26. Barrierefreiheit in digitalen Produkten?
27. Fehlerbehebung in der Software?
28. Damit wird das Grundgerüst eines digitalen Produktes visualisiert?
29. Entwicklungsumgebung für Apple Betriebssysteme?
30. Jährliche Apple Konferenz?
31. Mit dieser Programmiersprache entwickeln wir Android Apps?
32. Wer war Auftraggeberin für die Open Air Buddies?



KI als Co-worker? (KI generierte Neutexturierung)

Der Faktor Mensch – Digitale Produkte im KI-Zeitalter

Warum der menschliche Funke im KI-Zeitalter entscheidend bleibt: Von Voice-first bis Open-World-Apps – so formt Design die digitale Zukunft.

Till Könniker beschäftigt sich in diesem Artikel mit den Fragen: Was kommt nach Apps und Websites? Welche Design und Development Skills brauchen wir noch? Wie interagieren wir zukünftig mit KI und wie gestalten wir die Interfaces dafür?



Artikel online lesen

Effizienzsteigerung durch spezialisierte, wiederverwendbare Libraries

Im Rahmen seines Studiums in iCompetence an der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW hat unser iOS-Entwickler Maximilian Lemberg über den Einsatz von Libraries bei der Entwicklung von nativen Apps geschrieben.

Er gibt einen kurzen Überblick über die Chancen und Herausforderungen beim Einsatz von Libraries, also wiederverwendbaren und modular einsetzbaren Teilen von Code in der App-Entwicklung.



Artikel
online lesen

Kund*innen binden oder verlieren – Die Macht von User Experience

Das Smartphone ist zum zentralen Tool für viele Firmen und Geschäfte geworden. Kund*innen erwarten nicht nur sichere und zuverlässige Dienste, sondern auch eine intuitive und effiziente App. Eine gute User Experience (UX) kann den Unterschied ausmachen zwischen zufriedenen Kund*innen und einem verlorenen Geschäft. In diesem Beitrag zeigen wir die Wichtigkeit von UX am Beispiel von mobile Banking Apps auf.



Artikel
online lesen

Barrierefreiheit in digitalen Produkten aus der Sicht einer Softwaretesterin

Barrierefreiheit in digitalen Produkten ist ein wichtiges Thema, das wir bei Apps with love versuchen, so gut wie möglich zu berücksichtigen, wenn wir Software für unsere Kund*innen entwickeln.

Indiesem Artikel erläutert Magdalena Nuckowska, ehemalige Softwaretesterin bei unserer langjährigen Partnerin Sagiton – die Komplexität des Testens von Barrierefreiheit und teilt ihre wichtigsten Erkenntnisse aus einem Projekt bei dem wir nicht «nur» den WCAG-Standards, sondern auch spezifischen Anforderungen des amerikanischen Marktes entsprechen mussten.



Artikel
online lesen

Die analytische Basis des SWI-Relaunch

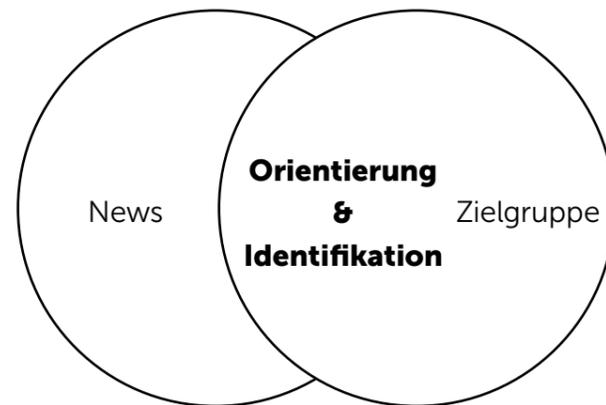
Digitale Produkte entstehen selten linear. Beim Relaunch des Nachrichtenangebots SWI zeigt sich das besonders deutlich. Entscheidend war eine ausführliche Research-Phase, die jede spätere Entscheidung absicherte – von der Markenidentität über die Produktarchitektur bis zur Kommunikationsstrategie.

Identität als Ausgangspunkt

Gleich zu Beginn wurde der Markenkern geschärft: Wer ist SWI und was kann sie ihren Nutzer*innen bieten? Die Antwort verdichteten wir in einem Satz: «Überall auf der Welt mit dem Herzschlag der Schweiz verbunden bleiben.» Dieser Satz bündelt den Anspruch, ein unabhängiges und mehrsprachiges Nachrichtenangebot zu sein, das Schweizer*innen ausserhalb der Landesgrenzen zuverlässig informiert und emotional bindet.

Die grosse Erkenntnis-Lücke

Doch eine starke Vision nützt wenig, wenn kaum jemand sie kennt: 80 Prozent der Befragten hatten von SWI noch nie gehört. Gleichzeitig zeigte die Analyse der Medienutzung, dass Nachrichten heute «zu den Menschen kommen müssen» – bevorzugt via Social Media-Feeds. Insight: News finden ihre Leser*innen und nicht anders rum.



Make it a match: Finden und gefunden werden

Orientierung: Was ist in der Schweiz passiert? Was ist aus der Aussenperspektive wichtig? Überblick verschaffen = heuristische Informationsverarbeitung

Identifikation: Was betrifft mich? Wozu möchte ich mehr wissen? Wie kann ich Einfluss nehmen? = vertiefte Informationsverarbeitung und Interaktion

Neue Zielgruppen

Bei der Zielgruppenanalyse wurde klar: Unsere Kern-Community, die knapp 800 000 Auslandschweizer*innen, fühlt sich oft «unterinformiert und übersehen». Die SWI Webseite spricht neben den Auslandschweizer*innen auch Menschen in der Schweiz an, die sich für die Wahrnehmung der Schweiz in der Welt interessieren. Aufgrund unserer Analyse der Zielgruppe für die App rückten wir neben den Auslandschweizer*innen eine weitere Gruppe ins Zentrum: Schweizer*innen in Vorbereitung auf eine Auswanderung. Sie suchen dieselben verbindenden Nachrichtenstränge, Infos und Erfahrungsberichte.

Kernfunktionen und Aufbau der App

Die Research-Erkenntnisse materialisierten sich in einer sehr einfach verständlichen dreiteiligen Navigationsstruktur, die Orientierung und Personalisierung verbindet. «Heute» bündelt alle tagesaktuellen Informationen auf einen Blick: ein kompaktes Briefing direkt aus der Redaktion, die drei beliebtesten Kategorien – Die Schweiz in der Welt, Swiss Abroad Community und Auswandern leicht gemacht – sowie Schnelzugriffe auf Podcasts. Als besonderes Alleinstellungsmerkmal kann hier zudem die tägliche Tagesschau ohne VPN direkt aus dem Ausland gestreamt werden – ein Quick Win, der sich in den Tests als beliebte Funktion herausstellte.

«Persönlich» zeigt Nachrichten, die anhand der angegebenen Interessen gewichtet werden. Hier finden sich favorisierte Artikel und die Möglichkeit, lokale Artikel über den Heimatkanton weiterverfolgen zu können. «Themen» bietet einen Überblick über alle Dossiers – von Politik über Wirtschaft bis Kultur – und erlaubt es, einzelne Themendossiers zu favorisieren.

In den internen Mockup-Reviews bestätigte sich, dass die drei Hauptbereiche rasch verstanden werden: Alle zentralen Funktionen sind jeweils direkt aus der Startansicht erreichbar und verständlich.

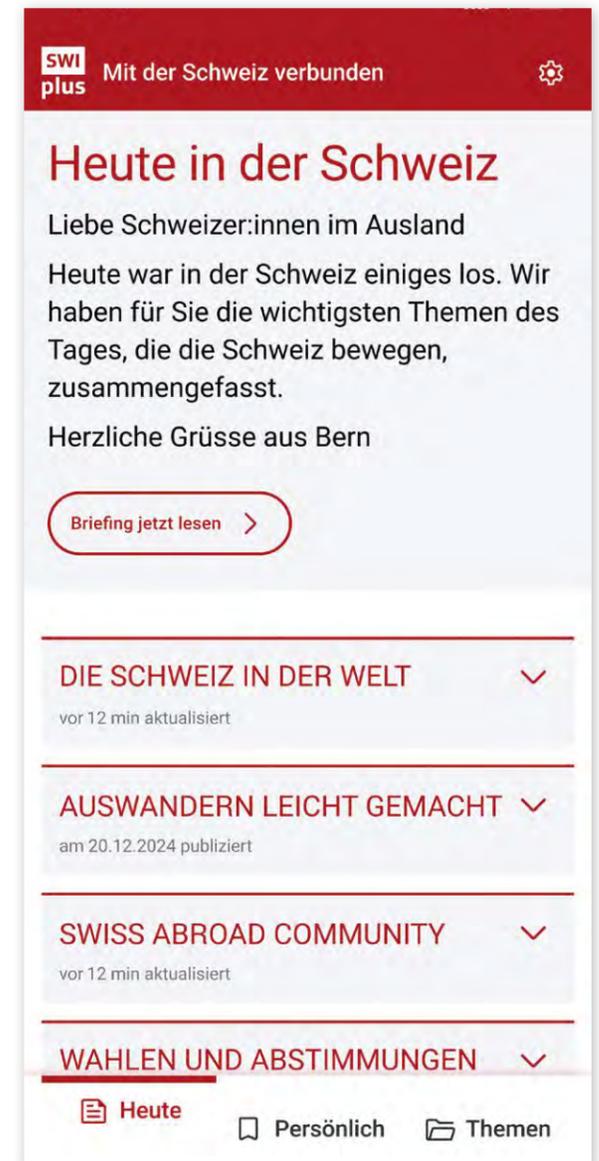
Die Marke schärfen

Parallel kristallisierte sich das Identitätslabel «Swiss Abroad» heraus und der Claim «Mit der Schweiz verbunden» – beides aus der SWI Vision und den Interview-Worthülsen der Community extrahiert. Hella Studio übersetzte diese Narrative dann in eine mehrsprachige crossmediale Launch-Kampagne.

Mit der neuen App zeigte sich eine gestiegene Zufriedenheit der Benutzer*innen, welche sich auch in den deutlich verbesserten App-Store Bewertungen niederschlägt.

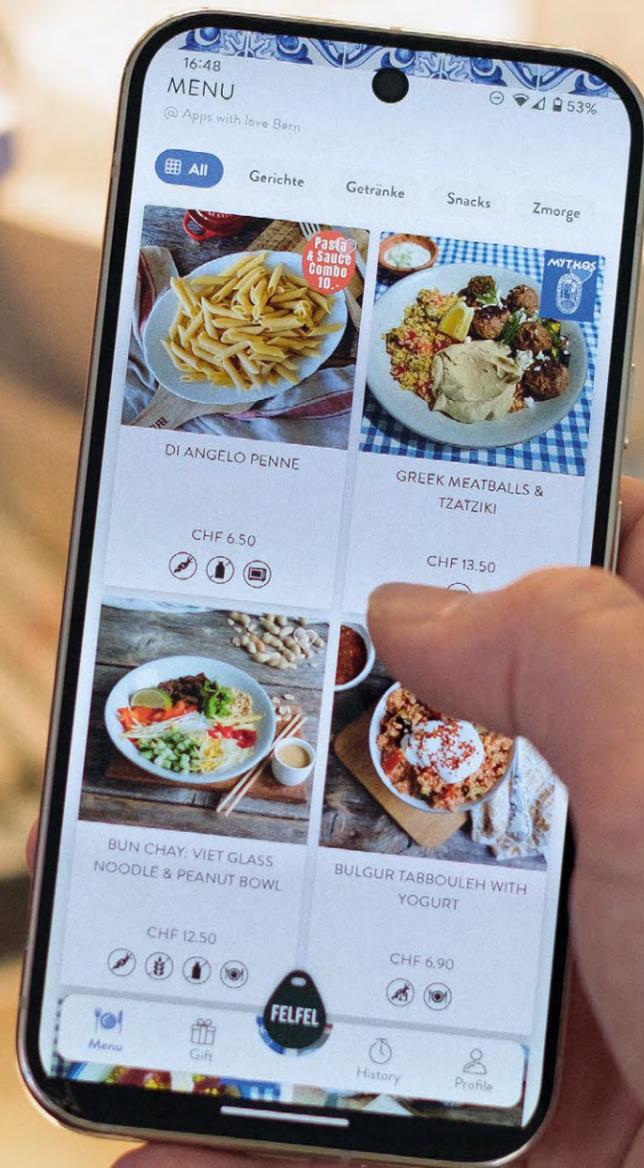
Fazit

Die Research Phase hat die Entwicklung der neuen SWI App nicht verlängert, sondern fokussiert. Sie minimierte Fehlentwicklungen, bündelte das Budget auf wirkungsstarke Features und sorgte dafür, dass Markenidentität, Produktversprechen und Kampagnenbotschaft deckungsgleich sind. Vor allem etablierte sie einen Lernkreislauf, der seit dem Launch weiterläuft und uns hilft, Weiterentwicklungen zu validieren.



Zur SWI App

FELFEL: Unser Tischlein deck dich



In der von Wandel geprägten Softwareentwicklung sind stabile, langfristige Partnerschaften Gold wert. Seit 2019 begleiten wir FELFEL auf dem Weg vom aufstrebenden Start-up zur etablierten Firma. Diese langjährige Zusammenarbeit ermöglicht es uns, in die Welt von FELFEL einzutauchen und ein umfassendes Verständnis von Produkt und Anforderungen zu haben.

Angefangen hat die Zusammenarbeit mit dem MVP der FELFEL App. Liess sich der Kühlschrank ursprünglich nur mit einem NFC-Chip in Form eines Schlüsselanhängers öffnen, erlaubt die App den Zugang per Smartphone mittels QR-Code oder Bluetooth. Ebenfalls bereits in der ersten Version enthielt die App natürlich Infos über die zur Verfügung stehenden Mahlzeiten und Snacks. Seither wurde die App mit vielen Funktionen erweitert und auch Arbeiten für das Webportal my.felfel.ch kamen dazu.

Software braucht kontinuierliche Pflege - vor allem weil sich die Anforderungen seitens Nutzer*innen und Business über die Zeit ändern. Im Fall von FELFEL lässt sich dies gut am Beispiel der Zahlungsanbindungen illustrieren. Zu Beginn war Zahlen nur mit Kreditkarte möglich. Das war für das MVP sinnvoll, denn im Zentrum stand die Ablösung des physischen Badges und die Anbindung von Zahlungssystemen ist komplex und teuer.

Parallel zur Entwicklung von FELFEL entwickelte sich aber eine andere Schweizer App rasant: Während 2019 noch lediglich 37 Millionen Transaktionen über TWINT getätigt wurden, waren es 2020 schon mehr als 100 und heute sind es jährlich mehr als 700 Millionen. Also musste mit Datatrans eine Zahlungslösung her, die die Nachfrage der Nutzenden nach TWINT erfüllen konnte. 2024 schliesslich expandierte FELFEL ihre Geschäftstätigkeit in die USA und die Anforderungen an App und Zahlungslösungen änderten sich wieder. Das heisst: erneuter Umbau respektive Einbau des Providers Adyen.

Natürlich hat sich über die Jahre an der App und dem Code der App noch viel mehr geändert. Das Beispiel der Zahlungslösung illustriert aber anschaulich: Software ist nie fertig, einzig die kontinuierliche Entwicklung, Optimierung und Verbesserung garantiert ein langfristig gutes Nutzungserlebnis.

Gerade für Firmen wie FELFEL, die in kurzer Zeit grosse Entwicklungsschritte machen, bietet eine beständige Zusammenarbeit Stabilität, Kontinuität und ein eingespieltes Team, das mitdenkt und mit bestehenden Herausforderungen vertraut ist. Das wiederum ermöglicht Effizienz und auch mehr Raum für Kreativität und Liebe zum Detail.



Mehr über FELFEL

Konfigurieren leicht gemacht

Der System Kalkulator von Pestalozzi hilft bei der effizienten und sicheren Planung und Kalkulation von ausgewählten Produkten - beispielsweise Brandschutztüren.

Die Planung und Angebotserstellung von Produkten im Bereich Metallbau ist häufig noch mit viel analoger Arbeit verbunden. Nehmen wir die bereits genannten Brandschutztüren als Beispiel: Grössen, Anzahl Türflügel, Türgriffe, Schliessmechanismen, Bolzen, Verriegelung - alles wird individuell zusammengestellt und je nach Bauobjekt unterschiedlich konfiguriert.

Bei der Planung im Metallbau dienen oftmals bereits umgesetzte Projekte, durch den Arbeitgeberverband bereitgestellte Richtpreise, Printkataloge, Bestimmungsblätter und eigene Checklisten als Orientierung. Entsprechend werden nicht immer aktuelle Marktpreise berücksichtigt und das Zusammensuchen von Informationen aus verschiedenen Quellen ist zeitintensiv und fehleranfällig.

Einfache Planung, schnelle Kalkulation

Mit dem webbasierten System Kalkulator entfällt die manuelle Preisberechnung. Pestalozzi Kund*innen loggen sich mit ihrem bestehen-

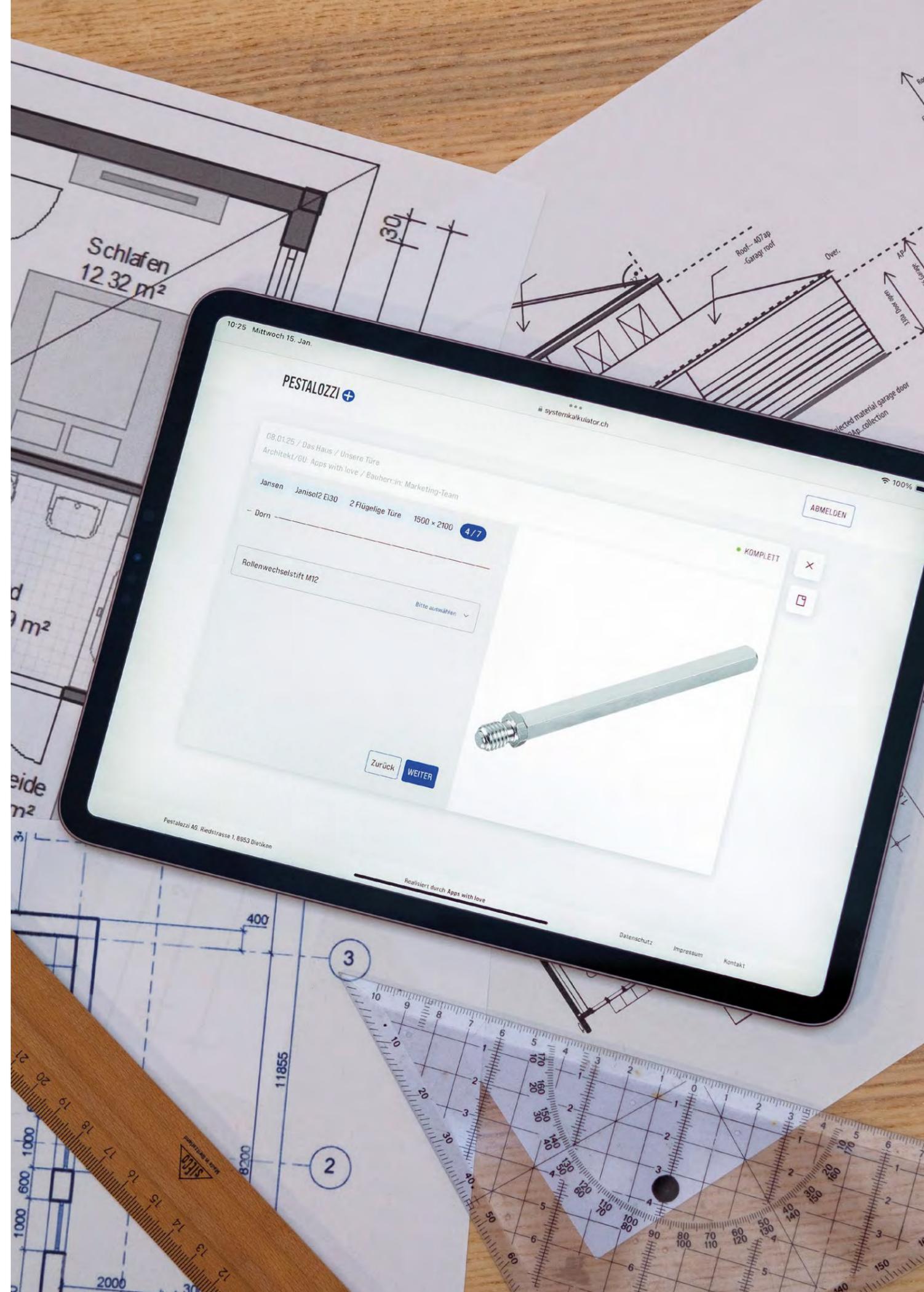
den E-Shop Login ein und legen ihr gewünschtes Bauprojekt an. Der System Kalkulator führt die User*innen Schritt für Schritt durch die Konfiguration des gewünschten Produktes. Dabei wird sichergestellt, dass die Konfiguration technisch machbar und regelkonform ist. Als Endresultat erhalten Benutzer*innen sofort eine indikative Preisberechnung basierend auf aktuellen Preisen und eine Übersicht über alle benötigten Komponenten. Diese Angaben können 1:1 für Offertenstellungen verwendet werden.

Mit User Research zu den richtigen Funktionalitäten

Um die Prozesse im Bereich Metallbau und die Bedürfnisse im Bezug auf Konfigurationen möglichst gut zu verstehen, haben wir gleich zu Beginn Interviews mit Pestalozzi Kund*innen durchgeführt. Basierend auf den Erkenntnissen aus diesen Interviews haben wir einen klickbaren Prototypen gebaut und damit wiederum User Testings gemacht. Dieser Prozess der mehrfachen Validierung des Leistungsumfangs und Konzeptes hat geholfen, die unterschiedlichen Zielgruppen besser zu verstehen und deren Bedürfnisse in der Umsetzung zu berücksichtigen. Damit eine Lösung entsteht, die tatsächlich Mehrwerte im Kontext der Nutzer*innen generiert.



Mehr über den System Kalkulator



NZZ Connect

Für NZZ Connect haben wir ein Statamic Multisite CMS konzipiert und entwickelt, das die Erstellung und Pflege der Event Websites deutlich vereinfacht.

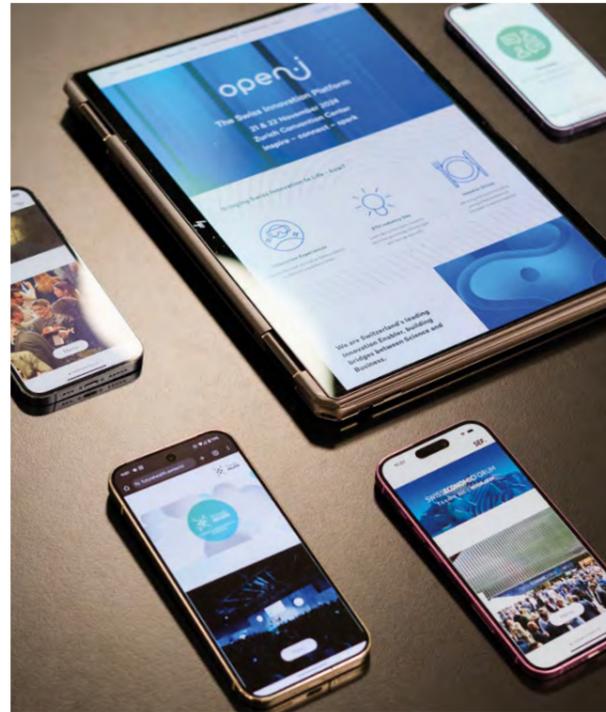
12 individuelle Websites

Bisher waren die Websites der Events, Programme und Formate von NZZ Connect eigenständig. Über 12 verschiedene Setups mit individuellen Content Management Systemen und Technologien waren im Einsatz. Diese wurden einzeln und unabhängig voneinander verwaltet und gepflegt, was einen enormen Aufwand mit sich brachte. Ziel war es, eine Lösung zu finden, welche die Aufwände für das Content Management, Schulungen und Koordination minimiert und den Unterhalt aller Websites erleichtert.

Zentrales Content Management System

Wir haben die über 12 verschiedenen Systeme mit einem einzigen CMS ersetzt. Darüber können alle Event Sites zentral verwaltet werden. Zum Einsatz kommt Statamic, unser CMS des Vertrauens.

Ein Grossteil der Inhalte wurde als wiederverwendbare Komponenten umgesetzt, wodurch Konsistenz über die verschiedenen Websites garantiert wird, während gleichzeitig die Designs und Brandings der verschiedenen Events eingehalten werden können. Weil Statamic als alleinige API für alle Inhalte genutzt wird, kann das Content Management Team Inhalte zentral editieren oder hinzufügen. Sie werden automatisch auf allen gewünschten Sites aktualisiert.



Die neue Lösung stellt eine beachtliche Vereinfachung für das Team von NZZ Connect dar. Neue Sites lassen sich schnell erstellen und Inhalte können dank wiederverwendbarer Komponenten effizient erfasst und gepflegt werden. Während früher mehrere Tage für die Erstellung einer neuen Website erforderlich waren, dauert es jetzt nur noch wenige Stunden.



Mehr über das Projekt NZZ Connect

Release Ticker 2024

Dräggwägg App

Ablösung Backend, neues Konzept & Design, Entwicklung neuer iOS und Android Apps

NZZ Connect

Konzeption, Design & Entwicklung eines Statamic Multisite CMS für Events von NZZ Connect

Migros Kampagnen

Sommerpromotion «Migros Play & Win» und der Oster- & Weihnachtskampagnen im Web

16:15 Kommunikation

Technischer Proof of Concept für ein KI-Tool zur Analyse von Kommunikationsmassnahmen

Websites Berufsfachschule Langenthal

Konzeption & Design, Webentwicklung

TWINT App

Store Release Management für verschiedene Banken

FELFEL New York

Anpassung der Apps für Launch in den USA, Anbindung neuer Payment Provider

Militärküche App

Konzeption & Design, Entwicklung für iOS & Android

Groupe E

App Übernahme und kontinuierliche Weiterentwicklung mit neuen Funktionalitäten

MilSport

Konzeption & Design, Webentwicklung

LogVision

Webentwicklung mit Livingdocs

lipa

Entwicklung iOS & Android Apps, Design und UX-Writing Support

SWIplus App

Beratung zu Positionierung & Weiterentwicklung, Design- & Umsetzungsbegleitung, UX-Writing

Ticketpark Merengue

Entwicklung Frontend-Code

6'310'861

Umsatz in CHF

160'630

Mit dem **ÖV** zurückgelegte Kilometer pro Jahr

23'907

Mit dem **Auto** zurückgelegte Kilometer pro Jahr

19'344

Mit dem **Fahrrad** zurückgelegte Kilometer pro Jahr

6'870

Zu **Fuss** zurückgelegte Kilometer pro Jahr

Unser ökologischer Fussabdruck ist für uns ebenso wichtig wie gute Geschäftszahlen. Aus unserer internen Mobilitätsumfrage geht hervor, dass unsere Mitarbeiter*innen das Auto deutlich weniger nutzen als der Schweizer-Durchschnitt und dafür mehr Fahrrad fahren.

Liebes Team, liebe Partner*innen und Freund*innen,

Trotz des weiterhin anspruchsvollen politischen und wirtschaftlichen Umfelds, des erhöhten Konsolidierungsdrucks und des intensiven Wettbewerbs im Markt haben wir bei Apps with love unsere Position als führende Digitalagentur weiter gestärkt. Wir haben in mehreren Geschäftsbereichen Fortschritte erzielt und Know-how ausgebaut, sowohl in unserer traditionellen Kernkompetenz App- und Webdesign und -entwicklung als auch in neueren Richtungen wie der künstlichen Intelligenz.

Das Jahr 2024 war für uns ein Jahr der Analyse, Optimierung und strategischen Weichenstellung. Wir haben uns intensiv mit unseren internen Prozessen und den Herausforderungen des Marktes auseinandergesetzt, um Apps with love für die Zukunft zu stärken und eine solide finanzielle Performance zu gewährleisten. Durch Investitionen in strategische Partnerschaften und die Vertiefung bestehender Kooperationen konnten wir gezielt passende Lösungen entwickeln und unsere Kompetenzen stärken und diversifizieren.

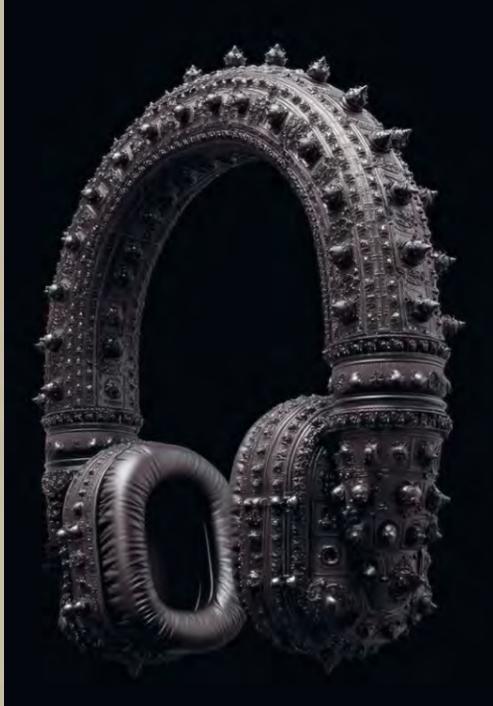
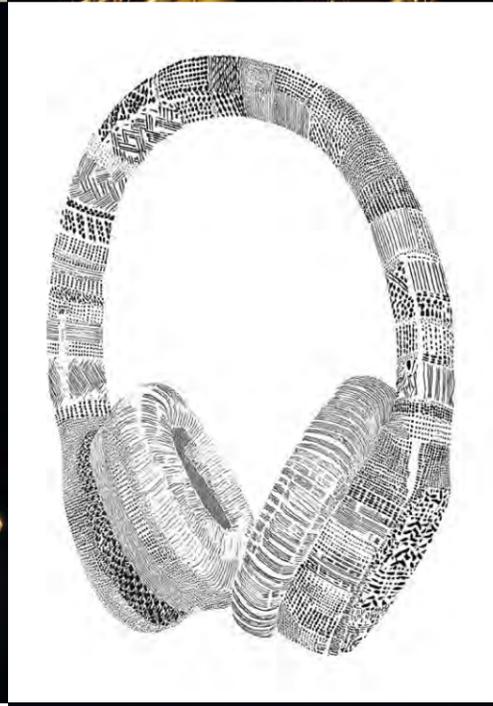
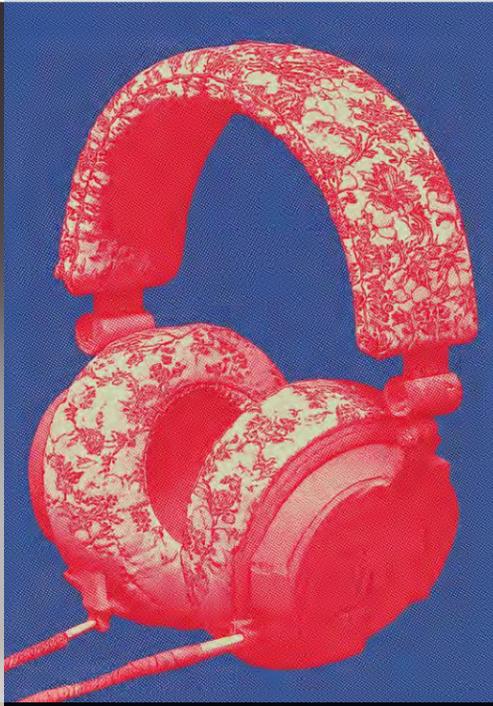
Wir sind stolz darauf, dass wir durch gute Zusammenarbeit, qualitativ hochstehende digitale Produkte und die kontinuierliche Verbesserung unseres Supports, die Zufriedenheit unserer Kundschaft im Jahr 2024 erneut steigern konnten. Besonders der Service Desk und der damit einhergehende reibungslose Betrieb sowie die Wartung unserer zahlreichen Digitalen Produkte sind für uns ein langfristiger Erfolgsfaktor und ein absolut zentraler Berührungspunkt.



Wir werden weiterhin alles daransetzen, die Erwartungen unserer Kund*innen zu übertreffen.

Als verantwortungsbewusstes Unternehmen haben wir auch im Jahr 2024 unsere Bemühungen um Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung fortgesetzt. Von kleinen bis grösseren internen Massnahmen und Aktionen im Bereich der Ökologie bis zu unserer Unterstützung im Bereich Kunst und Kultur: Wir haben unsere Prozesse weiter optimiert und uns aktiv an lokalen Projekten beteiligt.

Stephan Klaus
CEO | Co-Founder



**Unsere
Lieblingssongs**



Link führt zu einer
Spotify Playlist
(KI generierte Bilder)



Blick in die Zukunft

Letztes Jahr haben wir darüber geschrieben, was uns als Agentur bewegt. Und Beweglichkeit braucht es in diesem Geschäft weiterhin, wobei wir im Rückblick auf die letzten Jahre eigentlich sehr stabil unterwegs sind - vielleicht gerade eben weil wir agil bleiben.

Mit Blick auf die Weltlage kommt man nicht darum herum, von unsicheren Zeiten zu sprechen. Schaut man sich unser Geschäftsumfeld an, sind die Entwicklungen aber linearer, als man auf den ersten Blick vermuten könnte. Klar: Die App- oder Digital-Industrie ist erwachsen, unsere Agentur 15 Jahre alt geworden und vieles, das man erfinden konnte, ist inzwischen erfunden. So manch eine App, die vor ein paar Jahren noch gefehlt hat, gibt es jetzt. Da wird nun weiterentwickelt, optimiert, dazu gebaut und angepasst. Schritt für Schritt, smooth sailing.

Geht uns deshalb die Arbeit aus? Das könnten wir so nicht behaupten, denn einerseits gibt es noch arg viele Bereiche, die in der Digitalisierungssteinzeit irgendwann dann doch wieder stehen geblieben sind, und andererseits ist die Optimierungsarbeit paradoxerweise der arbeitsintensivere Teil - nicht zuletzt weil die Erwartungen der Endanwender*innen an Usability, Design und Features mit der Maturität des Marktes Schritt halten.

Im Bereich KI passiert unheimlich viel, gleichzeitig hat sich am diesbezüglichen High-Level-Ausblick im Vergleich zu vor einem Jahr nicht wahnsinnig viel geändert. Wir als Agentur haben viele Fortschritte in dem Bereich gemacht, Know How aufgebaut, erste

Projekte umgesetzt und eine klare KI-Strategie entwickelt. Von den ersten Früchten, die diese Strategie trägt, werden wir in den nächsten Monaten auf jeden Fall berichten. Auf der anderen Seite erwies sich KI bis jetzt als weniger disruptiv, als man vielleicht vermuten könnte. Ob das so bleiben wird, ist nach wie vor ungewiss: Einige glauben an das Potenzial eines nächsten grösseren Step-Change, allerdings gibt es auch kritische Stimmen. So hat kürzlich eine wissenschaftliche Untersuchung mit dem vielsagenden Titel «The Illusion of Thinking: Understanding the Strengths and Limitations of Reasoning Models via the Lens of Problem Complexity» für einiges Aufsehen gesorgt. Wir glauben: Künstliche Intelligenz ist als Werkzeug zu verstehen, das richtig eingesetzt werden will. Je nach Einsatz und Kontext können mit diesem Werkzeug getreu unserer Vision «Wir vereinfachen den Menschen das Leben» echte Mehrwerte geschaffen werden. Die Entscheidung, wann und in welcher Form der Einsatz richtig und der Kontext passend ist, ist aber immer noch die Entscheidung von Menschen. Der Faktor Mensch ist und bleibt zentral. Wir haben uns das Know-how angeeignet, um diese Entscheidungen treffen zu können und werden es in den nächsten Monaten noch deutlich ausbauen, in Theorie und Praxis. Play, Fail, Learn.

Zur Zukunft von Apps with love sei an dieser Stelle noch nicht zu viel verraten, wir werden in den nächsten Monaten aber einiges zu berichten haben.

Valentin Naegeli
Co-Head of Marketing & Sales



stay creative



Apps with love

Landoltstrasse 63
3007 Bern, Schweiz

/

Utengasse 52
4058 Basel, Schweiz

/

+41 (0)31 333 01 51



appswithlove.com