

# VON DER IDEE ZUM GESCHÄFTSMODELL

Workshop im Rahmen des Praxistages  
Geld verdienen mit Online-Journalismus – Neue  
Geschäftsmodelle im Lokalen  
am 29. September 2015 in Düsseldorf

KATHRIN HARLFINGER  
JULIA MATTHIESSEN

# POCKETS



IDEA

2

**POCKETS**

# GESCHÄFTSMODELL (VON AUSSEN)

3

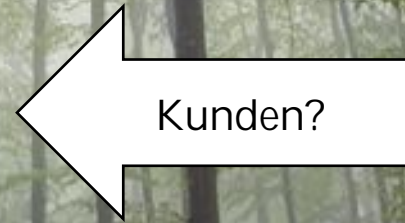


*„HAT MEIN KUNDE EIN PROBLEM, FÜR DESSEN  
LÖSUNG ER BEREIT IST, ZU ZAHLEN?“*



Kunden!

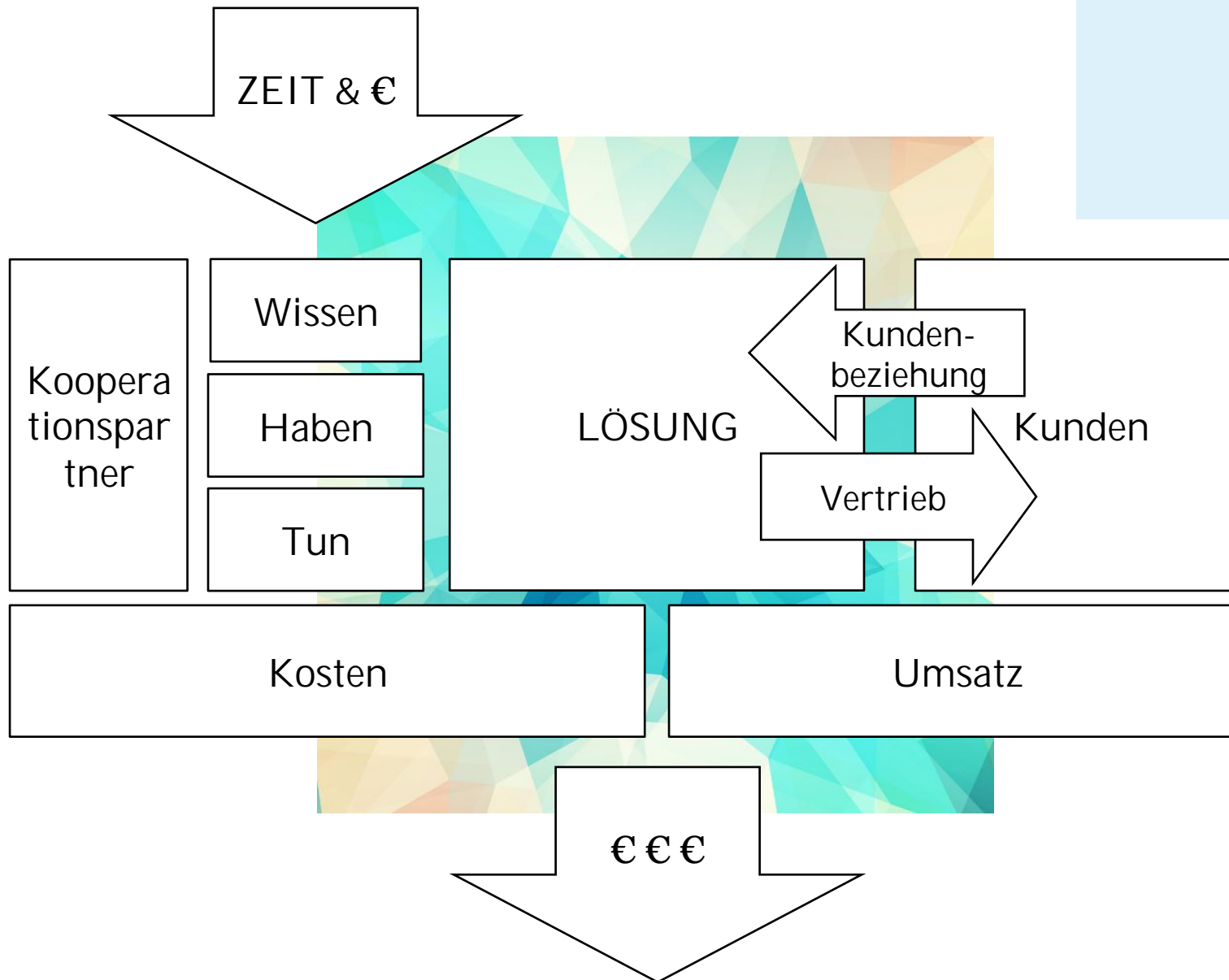




*„UND HABE ICH DIE RICHTIGE LÖSUNG FÜR I*

# GESCHÄFTSMODELL (VON INNEN)

6



# IDEE

*Ist es eine Geschäftsidee?*

*Gibt es einen Markt dafür?*

*Löst Du ein Problem, für dessen  
Lösung jemand bereit ist zu  
zahlen?*

*Kennst Du das Problem denn  
wirklich gut genug?*



# OUT OF THE BUILDING



*Wichtige Frage im Workshop:*

*„Was will denn dieser Leser, ...äh... Kunde, nun?“*

*Zwei wichtige Antworten:*

*„Das muss man rausfinden.“*

*(sowohl, wer Leser sein könnte, als auch, wer Anzeigenkunde sein könnte.)*

*und:*

*„Das weiß er wahrscheinlich selbst gerade nicht so genau.“*

*(gilt auch für beide.)*



*Dazu auch eine schöne Zusammenfassung eines erfahrenen Online-Journalismus-Startuppers:*

*„Es ist gerade alles superexperimentell und am Ende wird alles anders. Und dann verändert sich das auch wieder.“*

KEIN ZUCKERSCHLECKEN

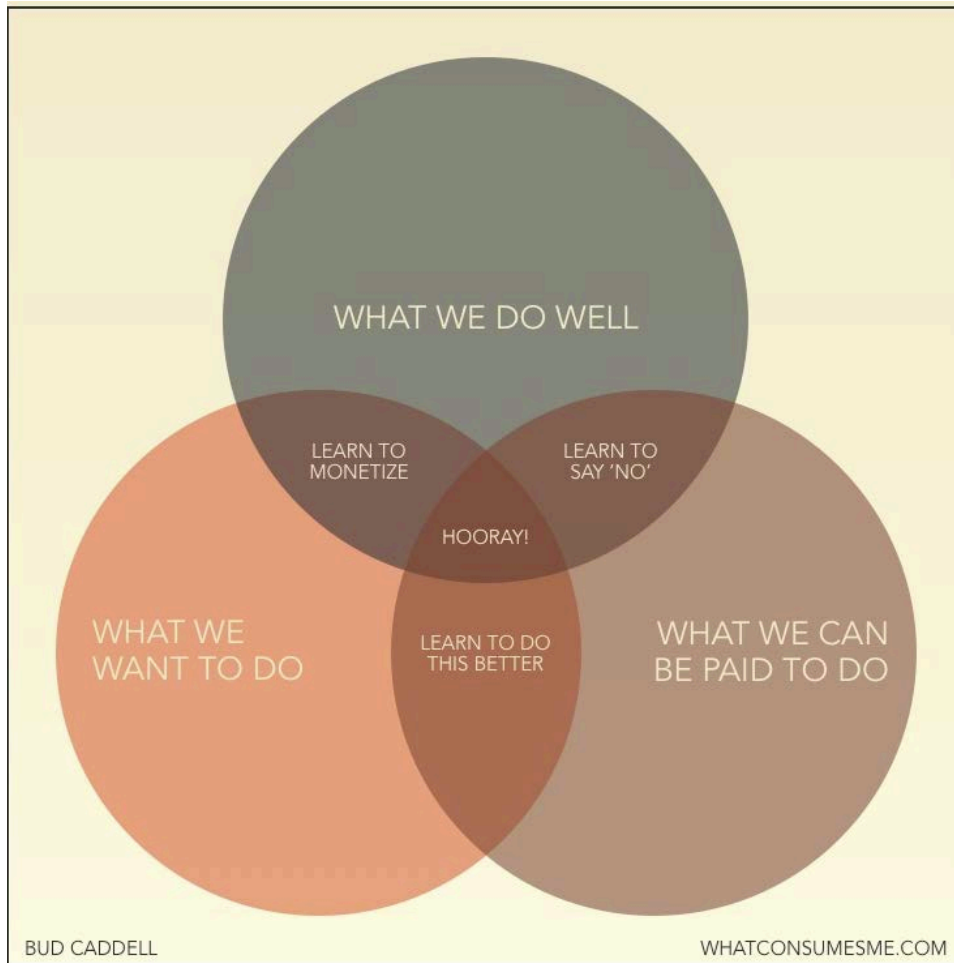


# ZEIT, IN SICH ZU GEHEN

11



# ZIELMATRIX ANLEGEN



Zeit

Geld

Wissen

Motivation



*Will ich das?*

*Kann ich das?*

*Und verdiene ich damit  
genug Geld?*

*Will ich das?*

*Kann ich das?*

PRODUKTABLAUF  
*in Gedanken verfolgen*  
*(kann ich das?)*

UNTERNEHMENSALLTAG  
*visualisieren*  
*(schaffe ich das?)*

*Und verdiene ich damit  
genug Geld?*

**FINANCIAL MODEL**

Drängende Frage im Workshop: „Wie finde ich jemanden, der für mich Anzeigen verkauft?“

Viele Antworten im Handbuch, wie schön!

Ergänzend angemerkt:

Auch DIESER Markt verändert sich schnell. Im Auge behalten (zum Beispiel lousypennies lesen).

Auch unsere Erfahrung: Viele Schritte muss man selbst erst machen, bevor man einen Verkäufer findet. Erst wer selbst weiß, wer Leser oder Zuhörer ist, kann entscheiden, wer Anzeigenkunde sein könnte – und welcher Vertriebspezialist das entsprechend richtige Netzwerk hat.

Möglicher, aber langer Weg: Sich einen eigenen Vertriebler aufbauen. Für Lokale kann es einen lokalen Netzwerker geben, der die Voraussetzungen mitbringt.



„Und wie soll ich ANFANGEN, wenn so viele Fragen zu klären sind?“

Testen.

Entwirf Lösungen, wie Du sie Dir vorstellst – und teste sie an echten Lesern.

Dann nimm die vielversprechendsten und teste wieder.

Bis wann? Bis immer!

Höre nie auf zu testen, denn alles ist in Bewegung.

Heisenbergsche Unschärferelation für den Onlinejournalismus: Man kann nicht ein neues journalistisches Projekt online stellen und daran testen, wie die Leser sich zum Onlinejournalismus verhalten, denn man verändert mit einem neuen Projekt wahrscheinlich auch ihre noch nicht gefestigte Einstellung zum Onlinejournalismus.



*„DON'T WAIT TO BE SURE,  
MOVE, MOVE, MOVE.“* Miranda July



# ANHANG

# LITERATUREMPFEHLUNGEN

20

*KOPF SCHLÄGT KAPITAL, Günter Faltin*

*LEAN STARTUP, Eric Ries*

*BUSINESS MODEL GENERATION, Alexander Osterwalder und Yves Pigneur*

*VALUE PROPOSITION DESIGN, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Greg Bernarda, Alan Smith*



# BEISPIELE Förderprogramme

21

**eXIST**  
Existenzgründungen  
aus der Wissenschaft

**KFW**  
Bank aus Verantwortung

Gründercoaching  
Eigen- und  
Fremdkapital

 Bundesamt  
für Wirtschaft und  
Ausfuhrkontrolle

 Bundesagentur  
für Arbeit

Gründungszuschuss

**IFB** | innovations  
starter

 **NRW.BANK**  
Wir fördern Ideen

**INVEST**  
Zuschuss für Wagniskapital  
© BMWi




# Beispiele Stiftungen & Vereine

**>lfm:**  
Landesanstalt für Medien  
Nordrhein-Westfalen (LfM)

  
KULTUR- UND  
KREATIVPILOTEN  
DEUTSCHLAND

RUDOLF AUGSTEIN  STIFTUNG

  
**vocer.**  
INNOVATION  
MEDIALAB

  
Stiftung Unternehmen Wald

 **SOCIAL  
IMPACT  
LAB**

  
ASHOKA

Robert Bosch **Stiftung**

**taz.panter stiftung**

**medienboard.**  
FILMFÖRDERUNG & STANDORTMARKETING IN BERLIN-BRANDENBURG



# Beispiele Accelerator



# Crowdfunding

The image displays a dense collection of logos for various crowdfunding platforms. The logos are arranged in a grid-like fashion, with some overlapping. The platforms shown include:

- INDIEGOGO
- econeers
- SELLABAND
- krautstarter.
- zencap
- KICKSTARTER
- Dreamojo
- fund2.me
- GREEN ROCKET
- Gemeinsam Energie
- c-crowd online fundraising
- innovestment
- YouCan Too
- SEED EXPERTS
- SEEDMATCH CROWDFUNDING FOR STARTUPS
- KissKiss BankBank
- VISION bakery
- CROWDRANGE
- gofundme
- MEHR
- FriendFund
- FundedByMe
- MONACO FUNDING
- UNIKAT CROWDFUNDING
- ulule
- microseeds24
- CAMBITION
- COMPANISTO
- LightFin
- betterplace
- Kredit Plattformen
- Spenden Plattformen
- Regionale Plattformen
- nordstarter
- bankless24
- bettervest nachhaltig · effizient · rentabel
- science starter
- FUNDSTERS
- Der Hamburger Weg
- REGIO-INVEST
- FinMatch
- Startnext
- PLEDGE MUSIC
- Portal Mittelstandsbörse
- GreenVesting Grüne Energien. Schwarze Zahlen.
- Green Crowding
- we make it happen
- CROWDFANS
- CROWD NINE
- CROWDFUNDINGBERLIN
- LeihDeinerStadtGeld
- TECHNO FUNDING
- social funders
- Dresden durchstarter
- Kapitalfreunde Crowdfunding für Mittelstufen

crowdfunding.de