

PLEASE MEET **TLGG** CONSULTING

Berlin / New York, 2020

VDZ AKADEMIE & TLGG CONSULTING

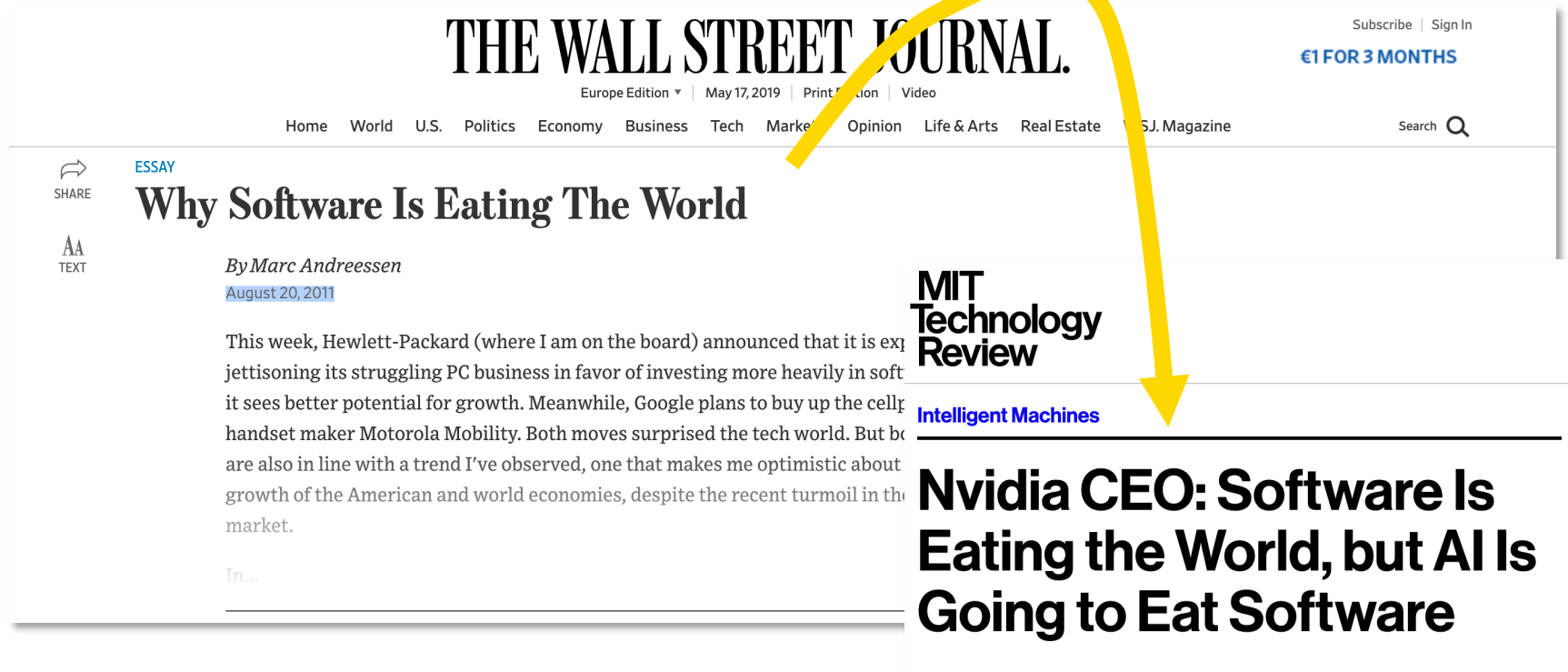
AM DIGITALEN SCHEIDEWEG

Ideen für eine wettbewerbsfähige Zukunft in der Nische.

21. September 2020

TLGG CONSULTING

Zum Einstieg: Die „alte Weisheit“ der Digitalisierung gilt nach wie vor, immer mehr und immer schneller



The screenshot shows the top of a Wall Street Journal article. The main title is "Why Software Is Eating The World" by Marc Andreessen, dated August 20, 2011. A yellow arrow originates from the top of the page and points to a quote from MIT Technology Review. The quote reads: "Intelligent Machines" followed by "Nvidia CEO: Software Is Eating the World, but AI Is Going to Eat Software".

THE WALL STREET JOURNAL.
Europe Edition | May 17, 2019 | Print Edition | Video

Subscribe | Sign In
€1 FOR 3 MONTHS

Home World U.S. Politics Economy Business Tech Markets Opinion Life & Arts Real Estate WSJ Magazine Search

SHARE
TEXT

ESSAY
Why Software Is Eating The World
By Marc Andreessen
August 20, 2011

This week, Hewlett-Packard (where I am on the board) announced that it is exp
jettisoning its struggling PC business in favor of investing more heavily in soft
it sees better potential for growth. Meanwhile, Google plans to buy up the cellp
handset maker Motorola Mobility. Both moves surprised the tech world. But br
are also in line with a trend I've observed, one that makes me optimistic about
growth of the American and world economies, despite the recent turmoil in the
market.

In...

MIT
Technology
Review

Intelligent Machines

Nvidia CEO: Software Is Eating the World, but AI Is Going to Eat Software

COVID-19 als Stresstest: Es wird deutlich, wer für die VUCA-Welt vorbereitet ist, und wer nicht

DIGITALE REVOLUTION

Die großen US-Techkonzerne betreiben digitalen Kolonialismus

Google, Amazon, Facebook, Apple und Microsoft sind die Gewinner der Coronakrise. Während Unternehmen in vielen Ländern große Schwierigkeiten haben, bauen die Tech-Konzerne ihre Macht mit enormen finanziellen Ressourcen aus. Das hat Folgen für die gesamte Wirtschaft – und Abermillionen Menschen. Ein Essay.



Sebastian Matthes

03.06.2020 - 04:00 Uhr • [6 Kommentare](#) • [60 x geteilt](#)



Unter Druck: Der Einfluss der Tech-Unternehmen ist in allen Branchen & auf allen Ebenen Realität

	Powered by www.paymentandbanking.com	Apple	Google	amazon	Microsoft	facebook	NASPERS	Alibaba Group
Kommunikation	FaceTime, iMessage	Google Duo, Google Allo, M	amazon alexa	Outlook Yammer, LinkedIn, Skype	WhatsApp, Facebook, Messenger	mail.ru, gme	Tango, TradeManager	
Payment	Apple Pay	Google Ventures, Google Wallet, pay	amazon coins, amazon cash, amazon pay	Pay	PayU, Luno, Kredittech	支付宝, 蚂蚁金服		
Advertising	Apple Search Ads	Google AdSense, Google AdWords	amazon marketingservices	Bing ads, appexis	Facebook Audience Network	inlocomedia		
Ecommerce	iTunes, App Store	Google Shopping, Google Play, Google	amazon, amazon fresh, amazon restaurants, Zappos, SOUQ.com	Microsoft Store, Xbox Store	shopify, Facebook Marketplace	allegro, SOUQ.com, Flipkart, takealot	Tmall 天猫, 淘宝网, Taobao.com, ele.me, AliExpress	
Künstliche Intelligenz	Siri	DeepMind, TensorFlow, Research at Google	amazon web services, amazon alexa	Cortana	Jarvis	Twiggie		
Cloud Services	iCloud	Google Cloud Platform, Google fiber, Google Drive	amazon web services, amazon drive	Microsoft Azure, Microsoft Dynamics		Alibaba Cloud		
Hardware	iPhone, WATCH, iPad, MacBook	chromecast, Pixel, nes, chromebook, Google	amazon basics, amazon fire tv, amazon kindle, amazon fire tablets, amazon echo	Windows Phone, XBOX, Microsoft Surface, Microsoft HoloLens	Aquila, oculus			
Navigation	Google Maps, Google Earth	maps	Bing maps, Windows					
Betriebssysteme	iOS	chrome, android	Fire OS	Windows		vunos		
Suchmaschinen	Safari	chrome, Google	A9	Bing, Internet Explorer				
Digitale Medien	Apple tv	YouTube	amazon music, create space, prime, twitch, audible	Groove, XBOX LIVE	Instagram, WhatsApp	DSEV, Digital Media, showmax, movile	YOUKU, 这世界很酷	
Brick & Mortar	Apple		amazon books, WHOLE FOODS, amazon go	Microsoft Store				
Sonstiges		Google My Business	amazon dash, amazon home services	Microsoft Office 365, Research	Workplace, facebook business	Delivery Hero, SimilarWeb	阿里健康, 阿里妈妈	

Im Aufbruch: Das neue "Fachmagazin" ist digital & Themen werden von Playern bespielt, die ihre Nische verstanden haben

Finanztipps für Frauen

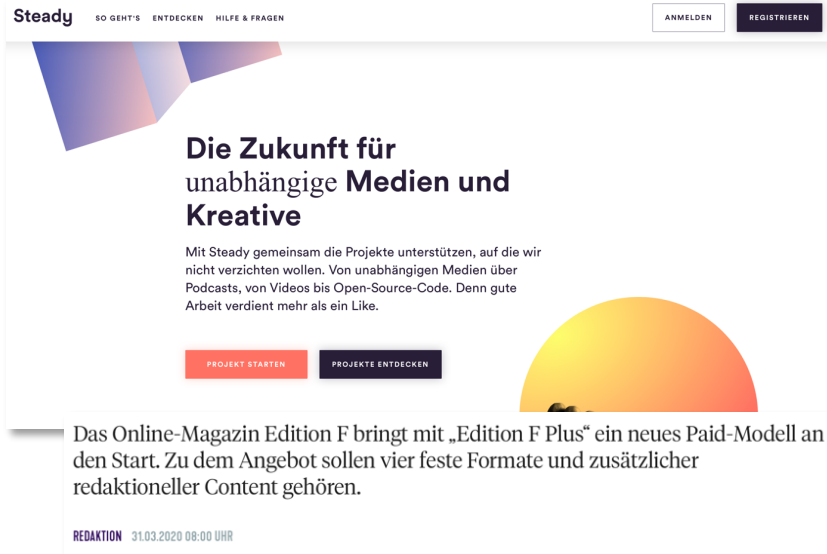
The image shows the website of Madame Money Penny, a digital financial magazine for women. The website features a navigation bar with links for 'About', 'Starte hier!', 'Podcast', 'Meine Bücher', 'Blog', 'Moneycall', 'Events', and 'SMS'. The main content area includes a featured article titled 'Dein persönlicher Money Fahrplan' with a 'STARTE HIER' button, and a sidebar with sections like 'Meine 10 Geldregeln [Moneytalk]', 'Money Stories: Vom Dispo in die finanzielle Sicherheit', and 'Hinter den Kulissen'. Below the website screenshot is a screenshot of the Instagram profile for @madamemoneypenny, which has 98,4k followers and 1.106 posts. The bio states: 'Mission: Finanzielle Unabhängigkeit für Frauen 🍷💪', 'Bestsellerautorin & Podcasterin', and 'Hier geht's zum Mentoring 📧👉', with a link to madamemoneypenny.de/mentoring.

Online-Städtemagazin

The image shows the website of Mit Vergnügen Berlin, an online city magazine. The website has a yellow header with navigation links for 'LEBEN', 'FOOD', 'STADT', 'GUIDES', 'PODCASTS', and 'KARTE'. The main content area features a large image of a building with a '#LEAVE NO ONE BEHIND' banner and a smaller image of a bookshelf with the text 'Lesevergnügen #14: 11 spannende Neuerscheinungen für den'. Below the website screenshot is a screenshot of the Instagram profile for @mitvergnuegen, which has 106k followers and 391 posts. The bio states: 'Mit Vergnügen', 'Dein Freund in der Großstadt und für zu Hause 🏠', and includes the website link mitvergnuegen.com/impresum.

Im Aufbruch: Plattformen ermöglichen die direkte Finanzierung von Journalisten & erleichtern die Monetarisierung von Newslettern

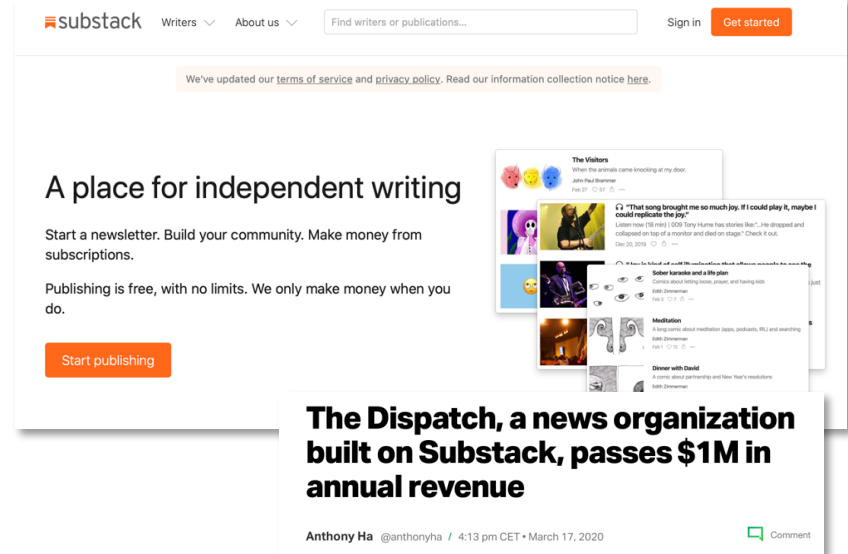
Finanzierungsplattform



The screenshot shows the Steady website homepage. At the top left is the logo 'Steady' followed by navigation links: 'SO GEHT'S', 'ENTDECKEN', and 'HILFE & FRAGEN'. On the top right are buttons for 'ANMELDEN' and 'REGISTRIEREN'. The main content area features a large graphic with overlapping purple and blue shapes on the left and a yellow-to-orange gradient semi-circle on the right. The headline reads 'Die Zukunft für unabhängige Medien und Kreative'. Below it, a paragraph states: 'Mit Steady gemeinsam die Projekte unterstützen, auf die wir nicht verzichten wollen. Von unabhängigen Medien über Podcasts, von Videos bis Open-Source-Code. Denn gute Arbeit verdient mehr als ein Like.' At the bottom of this section are two buttons: 'PROJEKT STARTEN' and 'PROJEKTE ENTDECKEN'. A footer at the bottom left says 'REDAKTION 31.03.2020 08:00 UHR'.

Das Online-Magazin Edition F bringt mit „Edition F Plus“ ein neues Paid-Modell an den Start. Zu dem Angebot sollen vier feste Formate und zusätzlicher redaktioneller Content gehören.

Newsletter Monetarisierung



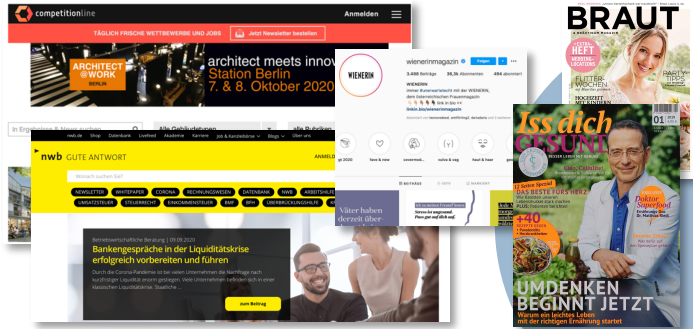
The screenshot shows the Substack website homepage. At the top left is the logo 'substack' followed by navigation links: 'Writers' and 'About us'. On the top right are buttons for 'Sign in' and 'Get started'. Below the navigation is a search bar with the placeholder text 'Find writers or publications...'. A notice below the search bar reads: 'We've updated our [terms of service](#) and [privacy policy](#). Read our information collection notice [here](#).' The main content area features the headline 'A place for independent writing' and the sub-headline 'Start a newsletter. Build your community. Make money from subscriptions.' Below this is a paragraph: 'Publishing is free, with no limits. We only make money when you do.' At the bottom of this section is a large orange button that says 'Start publishing'. To the right of the main text is a collage of social media posts from various writers, including 'The Visitors', 'Solier karate and a life plan', 'Meditation', and 'Dinner with David'. A text box at the bottom right of the collage contains the headline 'The Dispatch, a news organization built on Substack, passes \$1M in annual revenue' and the author information 'Anthony Ha @anthonyha / 4:13 pm CET • March 17, 2020' with a 'Comment' button.

The Dispatch, a news organization built on Substack, passes \$1M in annual revenue

Anthony Ha @anthonyha / 4:13 pm CET • March 17, 2020

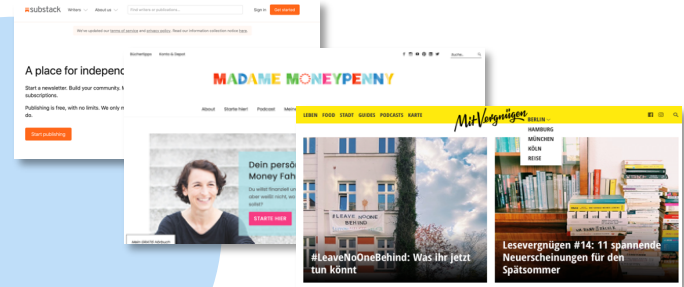
Aktuelle Lage: Die klassische Medienbranche ist im Zugzwang – es kommt darauf an, schnell den richtigen Sweetspot zu finden

SPEZIALISTEN



- 👍 Themenspezifisch
- 👍 Ansprache Bestandskunden
- 👍 Loyale Leserschaft
- 👍 Glaubwürdigkeit vorhanden

HYPER SPEZIALISTEN



- 👍 Hochspezialisiert
- 👍 Ansprache Neukunden & Bestandskunden
- 👍 Personen als Marke
- 👎 Subjektive Perspektive
- 👎 Hoher Aufwand
- 👎 Aufbau Glaubwürdigkeit & Reichweite sehr langwierig

?

Wie können neue Kanäle entdeckt & bespielt werden?

Wie funktioniert nachhaltige Skalierung & Etablierung am Markt?



There is — and probably always will be — a surplus of free content. But that's like saying there's a surplus of free food in the dumpster behind the alley. Some of it may be perfectly good, but most of us would rather pay for something more reliable and convenient if we're able. And many people will pay a *lot* for something superior.

Ev Williams, CEO Medium & Co-Founder of Twitter

Erfolgreiche Beispiele: Ein paar Ausnahmen gibt es, die durch digital angepasste Geschäftsmodelle überzeugen

The New York Times

*„What does ten million subscribers look like?
And why not aspire to more:
20, 30 million?“*

- **Primäre Ausrichtung** aller Redaktionsprozesse seit 2015 auf die **digitale Ausgabe**
- Einnahmen aus digitalen Abonnements stiegen 2020 im Vergleich zu 2019 um **40%**
- **Erfolgsfaktoren:**
 - ✓ Nutzung von Kundendaten zur Erhöhung der Abonnements
 - ✓ Agiles Mindset & Anwendung agiler Methoden beim Testen neuer Produkte
 - ✓ Intensiver Fokus der Führung auf Digital
 - ✓ Silo-übergreifende Zusammenarbeit basierend auf gegenseitigem Vertrauen



*„In the digital age, publishing content
is not enough.“*

- 2015 übernimmt 21st Century Fox 73 % des Mediengeschäfts (\$725 Mio) & setzt sehr ehrgeizige Ziele, insb. **Gewinnung neuer Kundensegmente**
- Erste Priorität: Aufbau einer **umfassenden Markenstrategie**
- **Erfolgsfaktoren:**
 - ✓ Plattform bauen, die konsequente Personalisierung ermöglicht
 - ✓ (Richtige) Nutzung unterschiedlicher Kanäle
 - ✓ Stringente, einheitliche Content- und Markenerfahrung
 - ✓ Entwicklung von „Community-Produkten“, die eine tiefgreifende Beziehungen mit höchstem Wert für den Kunden und dadurch auch für das Unternehmen entstehen lassen



*„Unlike the vast majority of publishers, we
never sell your data to third parties or leak
your activity through ads “*

- Als kostenloser Blog 2012 gestartet, hat Medium nun ein Subscription-Angebot, mit **ca. 85-100 Mio. monatlichen Usern**
- **Erfolgsfaktoren:**
 - ✓ Sehr gut recherchierte Stories hinter gebührenpflichtiger Paywall
 - ✓ Personalisierung, sodass Leser das finden, was ihnen wichtig ist
 - ✓ Keine eigenen Autoren, aber ein Redaktionsteam, das erstklassige Beiträge von professionellen Journalisten und Autoren in Auftrag gibt
 - ✓ Zusammenarbeit mit Verlegern on- und off-Plattform
 - ✓ Ständige Verbesserung von Qualität und Relevanz, sowie der Customer Experience

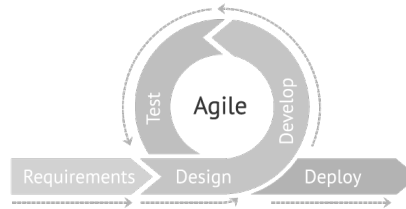
Zum Abschluss: Um in der VUCA-Welt zu überleben, braucht es kollektives Umdenken auf allen Ebenen

STRATEGIE



- (Radikaler) Fokus der Führung auf „Digital“
- Schnelle Entscheidungsfindung
- Kommunikation des langfristigen Ambitionsniveaus & Zielbilds
- Nischenentwicklung &-ausbau

ORGANISATION



- Ziel ist ein agiles Gesamtsystem: durch Anwendung agiler Methoden & Aufbrechen von Silo Strukturen
- Transformation der Aufbauorganisation zu einer lernenden Organisation, die sich stetig an Veränderungen dynamisch anpasst und skaliert
- Befähigung der Mitarbeitenden zu mehr Eigenverantwortung & Selbstorganisation

TECHNOLOGIE



- Aufbau & Ausbau von Tech-Skills
- Konsequenter Einsatz & ständige Optimierung von SEO
- Nutzung von State-of-the-Art Technologien (wie bspw. KI)

**DANKE &
BLEIBT GESUND!**

christoph@tlgg.de
TLGG Consulting GmbH
Paul-Lincke-Ufer 39/40 • 10999 Berlin

TLGG CONSULTING