

Porträt: sharemagazines, Oldenburg

Von wegen „Lesen ist out“

Das Smartphone macht herkömmlichen Zeitungen und Magazinen, gedruckt auf Papier, mächtig Konkurrenz. Das bedeutet aber noch lange nicht, dass sie nicht mehr gelesen werden. Wie das funktioniert? Zwei junge Unternehmer aus Oldenburg zeigen es.

Den guten alten Lesezirkel kennt wohl jeder: Wer hat nicht im Wartezimmer beim Arzt oder Frisör schon mal in einer Zeitschrift mit dem typischen blauen Lesezirkel-Umschlag geschmökert? Das Prinzip ist einfach: Der Kunde abonniert auf Ausleihbasis eine bunte Auswahl aktueller Zeitschriften auf Zeit, liest sie selber oder stellt sie anderen zur Verfügung. Wissen wird so ökonomisch geteilt.

Digitales „Papierrascheln“

Statt aber in Papier zu blättern, vertreiben sich viele Menschen ihre Zeit immer öfter mit Smartphones. Wie lassen sich Magazine und Zeitungen digital teilen? Fragten sich 2012 die Wirtschaftsabsolventen Jan van Ahrens und Oliver Krause und dachten das „Prinzip Lesezirkel“ logisch und konsequent weiter. Gemeinsam mit externen Spezialisten entwickelten die gebürtigen Ostfriesen eine App, mit der User kostenfrei digitale Zeitungen und Zeitschriften lesen können. In den Räumlichkeiten ihrer Partnerunternehmen, darunter vor allem Cafés, Restaurants, Hotels, Kliniken, Arztpraxen und Frisöre, aber auch Betreiber öffentlicher Verkehrsmittel, schalten sie den Zugriff auf die digitale Bibliothek der App frei. Danach steht den Gästen, Kunden oder Patienten an Orten, an denen sie ihre Frei-, Warte- oder Fahrzeit verbringen, die kostenfreie Serviceleistung zeitlich unbegrenzt zur Verfügung. Eigene Inhalte, wie etwa die Speisekarte, kön-

nen die Partnerunternehmen integrieren. Nicht nur ökonomisch, auch ökologisch sinnvoll, denn Papier, Druckfarbe und Entsorgung entfallen. Mit der App gewannen die beiden Ende 2013 den Gründerpreis der Universität Oldenburg – und machten sich kurz darauf mit ihrer Firma sharemagazines selbstständig.

Kunden sind aber auch die Verlage, deren Titel über die App verbreitet werden. Erster Kunde war ein kleiner ostfriesischer Verlag. „Bei dem mussten wir noch viel Überzeugungsarbeit leisten“, erinnert sich der 26-jährige van Ahrens. Längst seien aber große deutsche Verlage wie Bauer und Springer mit im Boot. Das Sortiment umfasst von der Nordwest Zeitung über Stern bis zur Brigitte derzeit rund 140 Titel. Für Verlage stelle sharemagazines keine Konkurrenz dar, meinen die Gründer, sondern biete neben Anreizen für ein privates Abo sogar einen Zusatznutzen. Wer eine Zeitung oder Zeitschrift weiterlesen möchte, wenn er die sharemagazines-Location verlässt, kann sie demnächst in einem digitalen Kiosk kaufen, den van Ahrens und Krause gerade aufbauen. Als großen Erfolg bewerten die beiden ihre jüngste Kooperation mit der EWE: Der Oldenburger Energieversorger bindet das Angebot von sharemagazines in seine Hotspots ein, wenn der Kunde das wünscht.

Das Geschäftsmodell funktioniert: Rund 100 Locations sind bisher deutschlandweit freigeschaltet. Ein Vorteil für Leser ist, dass ihr eigenes Datenvolumen geschont wird. Alle Altersklassen seien vertreten. Viele User entdeckten auch mal neue Themen, weil sie querbeet nach Lust und

Laune in einem riesigen Sortiment stöbern könnten, meint Krause. Das sei ein wesentlicher Unterschied zu Anbietern wie Blendle, die gezielt den Endkunden bedienen. „Ich selbst lese gern Wissenschaftliches, finde es aber auch spannend, mal in einer Frauenzeitschrift zu blättern“, lacht der 30-Jährige.

Ihren Firmensitz haben van Ahrens und Krause im Oldenburger Technologie- und Gründerzentrum, das Start Ups bei Firmengründungen unter die Arme greift. Auch von den Erfahrungen der Business Angels haben die beiden profitiert. „Gerade bei Vertragsverhandlungen war das Gold wert. Kontakte knüpfen und verhandeln lernt man halt nicht im Studium“, sagt Krause. Inzwischen steht das Start Up auf eigenen Füßen.

Da beide Wirtschaftswissenschaften studiert haben, sind sie auf die Zusammenarbeit mit IT-Entwicklern angewiesen. Sie greifen auf ein Bremer Team zurück, das projektbezogen arbeitet. Räumliche Grenzen gäbe es für ihr B-to-B-Modell kaum, doch sei die Akquise sehr zeitaufwändig, sagt van Ahrens. Einen Vertriebler haben die beiden schon in Vollzeit angestellt, weitere sollen folgen. „Wir konzentrieren uns erstmal eher auf den Norden. Geplant ist ein zusätzliches Vertriebsbüro für Hamburg.“ Theoretisch könne man sogar international agieren. Dazu aber müsse man internationale Titel ins Portfolio aufnehmen, was wiederum weitere Ressourcen für Entwicklung und Akquise erfordere. Da bleibt eigentlich nur, den beiden zukünftig noch genug Zeit zum Lesen zu wünschen.

(Karen Köster-Knop)

Geschäftsmodell ohne Grenzen

Foto: Karen Köster-Knop

Jan van Ahrens (l.) und Oliver Krause sorgen mit ihrer App dafür, dass der Lesestoff nicht ausgeht.