

# Neue Nachrichtenquelle

Tvype setzt auf Bürgerjournalismus und vermarktet Fotos und Videos

Der Prominente am Nebentisch, ein Unfall auf der Landstraße, Demonstrationen gegen Neonazis: Immer mehr Situationen können dokumentiert werden, weil Handys mit Kameras ausgestattet sind. „Wir möchten das phänomenale Bildmaterial, das auf Handys schlummert, verfügbar machen“, umreißt Daniel Holle das Geschäft von Tvype. Das Start-up, das der Betriebswirtschaftler Anfang 2010 gründete, betreibt einen Marktplatz, auf dem Privatleute oder Bürger-Reporter sowie Journalisten Fotos und Videos hochladen und verkaufen. Eine App erleichtert den Datenaustausch mit iPhones. „Der Bürger-Reporter erhält 70,



Tvype: Neuer Marktplatz im Internet für Fotos und Videos von Bürger-Reportern

wir behalten 30 Prozent der Einnahmen ein“, sagt Holle. Dafür prüft das Tvype-Team die Inhalte auf Verwertbarkeit, gibt Tipps zu Preisgestaltung und Rechtsfragen und organisiert den Verkauf von Lizenzen. Das Recht am eigenen Bild von bekannten Zeitgenossen müssen die Urheber selbst klären.

Tvype rechnet mit wachsendem Bedarf an Bildinhalten bei Sendern, Print- und Online-Medien. Gut einen Monat nach dem Start laden ein paar Hundert Bürger-Reporter regelmäßig aktuelle Bilder hoch und bietet Tvype bereits eine Auswahl diverser Themen, auf

die Zeitungen wie auch Blogs zugreifen. „Wir wollen für Redaktionen eine weitere Bildquelle werden“, so Holle. „Aus dem Blick von Bürgern wirkt Zeitgeschichte viel emotionaler.“ Für Wachstum sollen auch die Kontakte zu Lokalzeitungen sorgen. Sie sollen mithilfe von Tvype die Nachrichtenlage vor Ort vergrößern sowie eigenes Bildmaterial überregional vermarkten. „International gedacht skaliert und lohnt sich das Geschäftsmodell ebenfalls“, sagt der Gründer, der während seiner Promotion über die Konvergenz von Übertragungskäufen und Medienformaten die Idee zu Tvype entwickelte. Die Seite ließ er bereits ins Englische, Französische und Spanische übersetzen, spätestens

Anfang 2011 will er im Ausland starten. „In Deutschland oder in den USA gibt es keine Konkurrenz, allenfalls einige gemeinnützige Bürgerjournalismus-Portale“, sagt Holle. „In Frankreich versucht sich Citizensite, in Großbritannien Demotics an einem neuen Agenturmodell. Aber wir sind technisch weiter.“ Zumindest zurzeit sind Tvype keine Grenzen gesetzt. vs ■



Gründer Holle: Die Vision von der neuen Presseagentur

**tvype**

- **Gründung:** Die Tvype GmbH entsteht Anfang 2010 in Berlin, sie ist seit Juni online.
- **Geschäftsmodell:** Vermarktung von Fotos und Filmen von Bürger-Reportern oder freien Journalisten bei Medienunternehmen und Publishern gegen Provisionen von 30 Prozent.
- **Finanzierung:** Privatinvestor sowie ein Gründerstipendium der EU und des Bundeswirtschaftsministeriums.
- **Mitarbeiter:** 10
- **Internet:** [www.tvype.com](http://www.tvype.com)

Start-ups

Trotz Wirtschaftskrise und sparsamer Investoren hat das Gründungsfieber im Internet nicht nachgelassen. Schließlich rollt der Rubel im Internet wie sonst kaum irgendwo. Darüber hinaus sind längst noch nicht alle Business-Ideen ausgereizt. Eine Liste der bereits porträtierten Start-ups finden Sie unter [www.internetworld.de](http://www.internetworld.de) unter dem Webcode 0802024.

## Kompaktes Wissen

Viele wollen oder können Bücher nicht vollständig lesen, doch das Wissen fehlt dann beim Gespräch oder für den eigenen Überblick. Nach Getabstract und Shortbooks bietet nun auch Liviato Zusammenfassungen von Romanen und Sachbüchern an. „Bei uns können sie kostenlos abgerufen werden und sind von Usern geschrieben“, grenzt Mitgründer Michael Romer das Berliner Start-up von

Liviato

- **Gründung:** Michael Romer und Oliver Schmidt starten mit Liviato im März 2010 online. Das Start-up sitzt in Berlin.
- **Geschäftsmodell:** Nutzer fassen Bücher zusammen und bekommen dafür Punkte, die sie bei Amazon einlösen können. Liviato profitiert von Provisionen und Werbung.
- **Finanzierung:** Eigenfinanziert von den Gründern und ihrem Business Angel Daniel Klarkowski.
- **Mitarbeiter:** Gründer
- **Internet:** [www.liviato.de](http://www.liviato.de)

# Werben und teilen

Wisedock empfiehlt Usern unbekannte Sites – und beteiligt sie an den Werbeeinnahmen

Die Startseite vom Browser, eine Suchmaschine, die Homepage: Brechen User ins World Wide Web auf, erscheint immer dieselbe Seite. „Spätestens beim dritten Öffnen nehmen User darauf nichts mehr wahr und der Traffic bleibt ungenutzt“, stellt Hajo Rappe fest. Mit drei Kollegen sann der Inhaber der Düsseldorfer Multimedia-Agentur Werft 6 nach Abhilfe und erfand Wisedock. „Wir haben ein Jahr gebraucht, um rechtliche Fragen zu klären und die Technik zu entwickeln.“

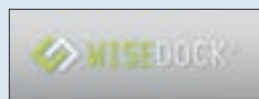
Integrieren User den Wisedock-Link in ihren Browser, schickt ihnen das Start-up bei jedem Öffnen eine neue Seite auf den



Wisedock-Team: Den Nutzer an Internet-Werbung mitverdienen lassen

Schirm. Diese ist abgestimmt auf Alter, Geschlecht, Interessen oder Region. „Wisedock generiert so Traffic für Websites“, wirbt Rappe, „und Nutzer entdecken Seiten, auf die sie so vielleicht nie stoßen.“ Außerdem verdienen sie mit: 40 Prozent der Einnahmen fließen an angemeldete Teilnehmer, zehn Prozent spendet das Start-up an Hilfsprojekte.

Seit dem Start im April 2010 haben sich 5.000 Interessenten gefunden, 1.500 Publisher machen mit Wisedock auf ihre Sites aufmerksam und zunehmend erkennen Web-Dienste die Vorteile von Wisedock: „Wir sind so interessant wie Google Ad-



- **Gründung:** Seit 2009 arbeitet das Gründerteam in Düsseldorf an der Technik, Wisedock startete im April 2010 online.
- **Geschäftsmodell:** Werbevermarktung von Websites nach Seitenabruf. Dabei bekommt der User 40 Prozent der Einnahmen, zehn Prozent werden gespendet.
- **Finanzierung:** Bisher privat finanziert vom Gründer- und Beraterteam, Finanzierungsrunde angedacht für Werbeetat.
- **Mitarbeiter:** 4 Gründer, 6 freie Mitarbeiter
- **Internet:** [www.wisedock.de](http://www.wisedock.de)

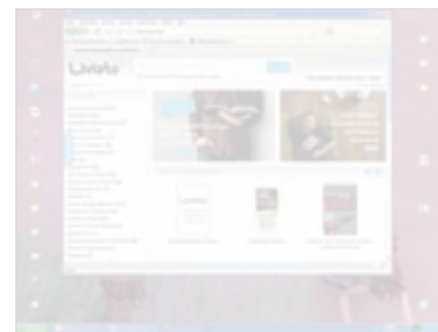
words“, sagt Rappe, „und schaffen ohne Umwege Traffic für Sites und Angebote“, dies bereits in sieben Ländern und in den USA, wo ein vergleichbarer Dienst bisher nicht existierte. Publisher bezahlen bis zu fünf Euro-Cent pro Visit, Wisedock verhindert durch Sicherheitstechnik Trickserien der Teilnehmer. Noch fehlt zwar das Geld für Fernsehwerbung, um Teilnehmer zu gewinnen, doch längst hat Rappe die Aufgaben in seiner Agentur an Freunde und Mitarbeiter delegiert. vs ■



Wisedock bringt Abwechslung auf den Monitor und Usern sogar einen kleinen Nebenverdienst

der Konkurrenz ab, die auf Abo-Modelle und professionelle Autoren vertraut.

Seit dem Start im März 2010 wuchs das Angebot auf 2.000 Texte. Die Autoren bekommen Punkte, für die sie bei Amazon dann Bücher erhalten können. Liviato selbst profitiert vom Amazon-Affiliate-Programm sowie von der Werbevermarktung. „Uns geht es um die Komprimierung von Wissen“, beschreibt Romer die Vision hinter Liviato. In Deutschland werden pro Jahr mehr als 100.000 Bücher veröffentlicht – ein weites Feld. Wenn dies mittelfristig beackert ist, kann das Angebot auch um Filme, Theaterstücke und andere Inhalte erweitert werden – damit Leute in Zeitnot mitreden können. vs ■



Liviato: 2.000 Kurzfassungen von Büchern von 150 Autoren sind bereits online