

Digitale Geschäftsmodelle planen – mit Best Practices aus der Medienbranche

Controlling Summit 2025

OLYMP Masterclasses am 03.09.2025



Kira Kardel 

Senior BI & Analytics Beraterin



Treffen Sie uns am
Messestand C1



Wir übersetzen Business Intelligence gern mit Zahlenversteher!

linkFISH Services, Unternehmen und Team

Management Beratung

für Controlling & BI
Strategien/
Reporting, Planung und
Prognose Prozesse

Technologie Lösungen

für BI, CPM, Data
Warehouse & Lake House

Betriebsführung

für Business Intelligence
Betrieb und Wartung und
BI-as-a-Service

80

Kunden im DACH Raum

2

Standorte in Hamburg und
Hannover

21

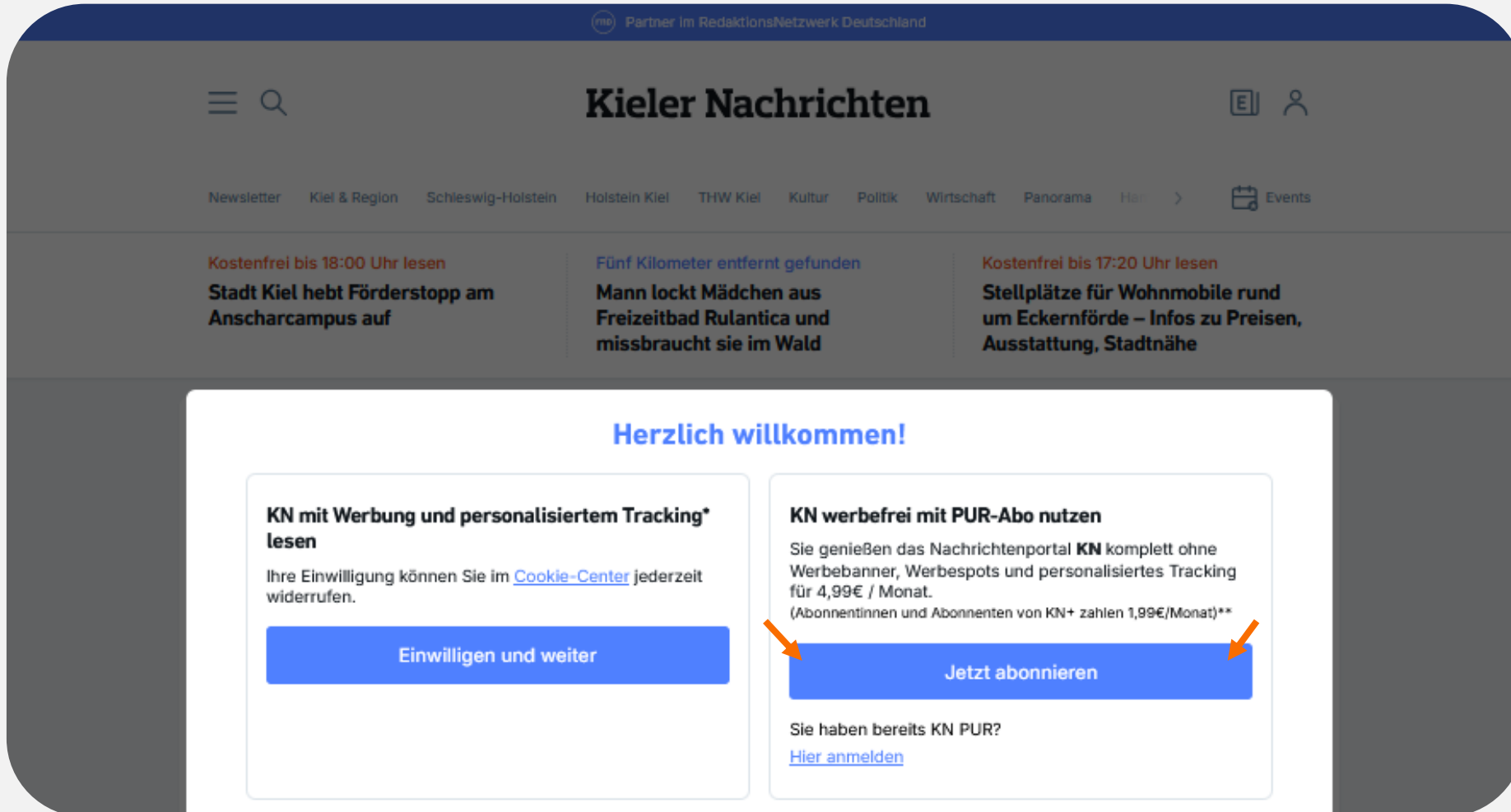
Team-Mitglieder

Referenzen
(Auszug)



Medienbranche mit
Board Lösungen





Partner im RedaktionsNetzwerk Deutschland

Kieler Nachrichten

Newsletter Kiel & Region Schleswig-Holstein Holstein Kiel THW Kiel Kultur Politik Wirtschaft Panorama Han Events

Kostenfrei bis 18:00 Uhr lesen
Stadt Kiel hebt Förderstopp am Anscharcampus auf

Fünf Kilometer entfernt gefunden
Mann lockt Mädchen aus Freizeitbad Rulantica und missbraucht sie im Wald

Kostenfrei bis 17:20 Uhr lesen
Stellplätze für Wohnmobile rund um Eckernförde – Infos zu Preisen, Ausstattung, Stadtnähe

Herzlich willkommen!

KN mit Werbung und personalisiertem Tracking* lesen

Ihre Einwilligung können Sie im [Cookie-Center](#) jederzeit widerrufen.

Einwilligen und weiter

KN werbefrei mit PUR-Abo nutzen

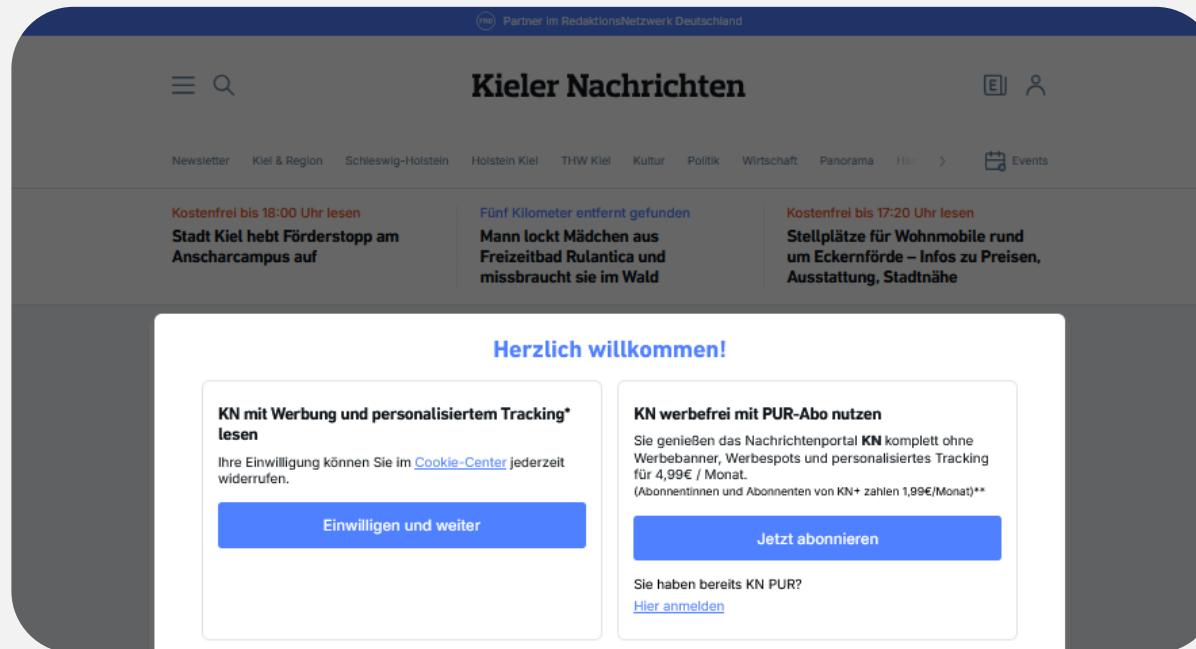
Sie genießen das Nachrichtenportal **KN** komplett ohne Werbebanner, Werbespots und personalisiertes Tracking für 4,99€ / Monat.
(Abonnentinnen und Abonnenten von KN+ zahlen 1,99€/Monat)**

Jetzt abonnieren

Sie haben bereits KN PUR?
[Hier anmelden](#)

Besonderheit

- schnelle Skalierung
- datenbasierte Wertschöpfung
- oft geringe Grenzkosten



Herausforderung

- klassische Controlling-Methoden greifen nicht 1:1
- digitale Werttreiber ticken oft anders

Controlling Team bisher

- Erhebung klassischer Finanzkennzahlen wie z.B. EBIT & ROI
- Oft Datenaufbereitung, Reporting, Analyse & Planung mit Excel
- Keine oder kaum digitale Werttreiber als Steuerungsinstrumente

Controlling Team bisher



Neue Herausforderungen



Datenflut:

Echtzeit-Daten u.a. aus CRM & Social Media

Dynamik:

Geschäftsmodelle und Märkte ändern sich extrem schnell

Controlling Team bisher



Neue Herausforderungen



Lösungsansätze



BI Architektur

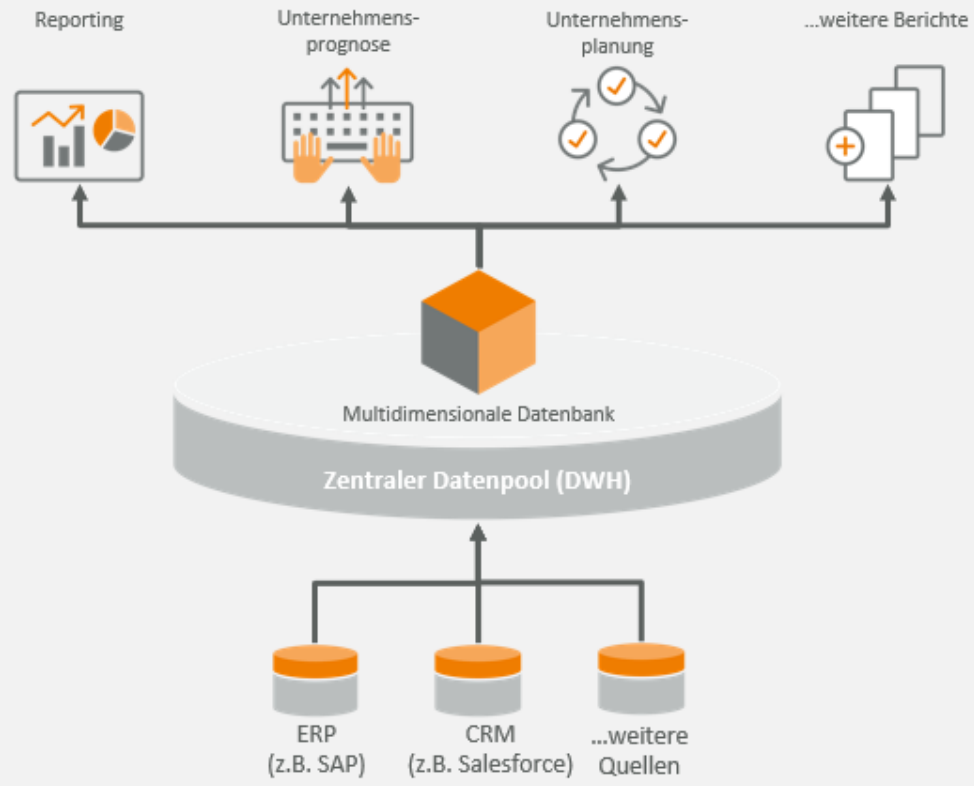
Prozesse



Das Herzstück



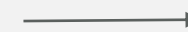
Quellen



Controlling Team bisher



Neue Herausforderungen



Lösungsansätze

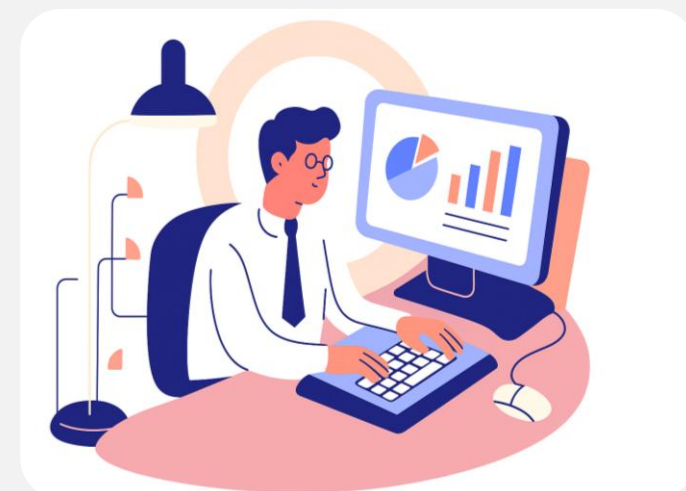


Datenflut:

Echtzeit-Daten u.a. aus CRM & Social Media

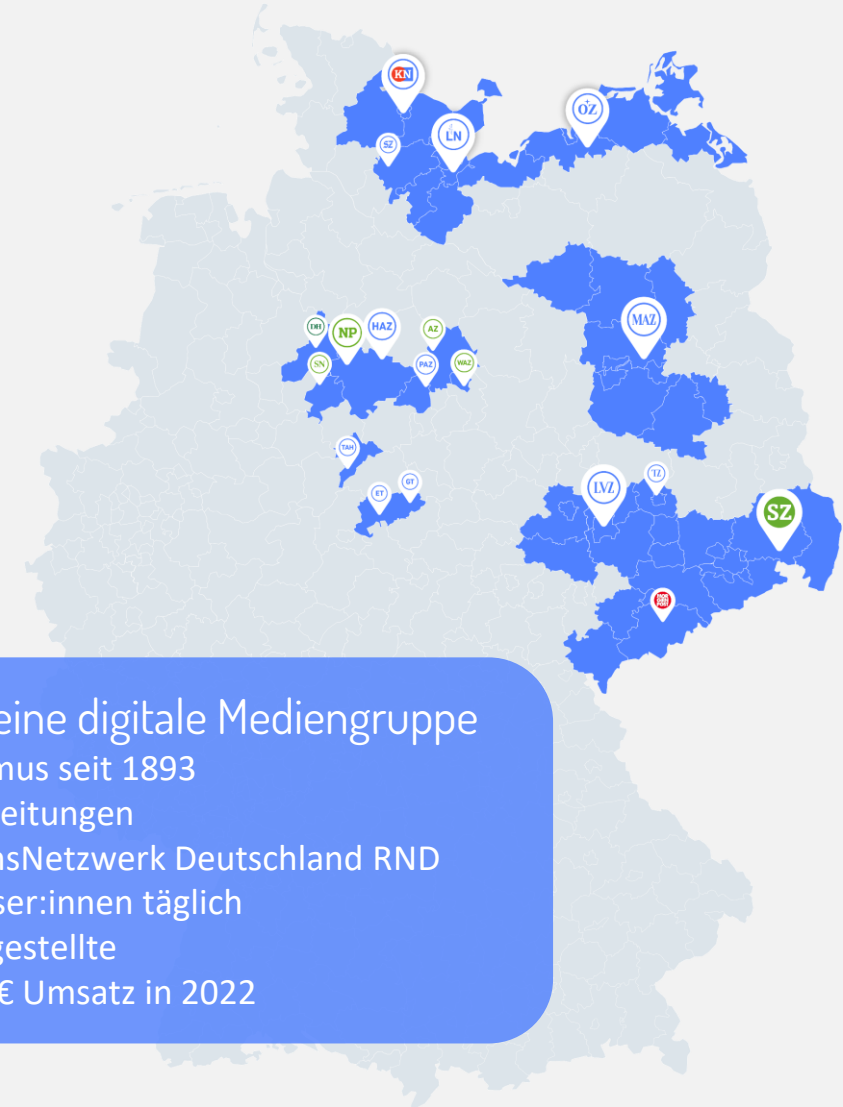
Dynamik:

Geschäftsmodelle und Märkte ändern sich extrem schnell



Mit der Planungssoftware Board werden bei Madsack die Auflagen- und Erlösplanung vom „Website Visit“ bis hin zum Erlös geplant.

Best Practices aus der Medienbranche am Beispiel der Mediengruppe Madsack



Madsack – eine digitale Mediengruppe

- Journalismus seit 1893
- 19 Tageszeitungen
- RedaktionsNetzwerk Deutschland RND
- 2 Mio. Leser:innen täglich
- 4.000 Angestellte
- 780 Mio. € Umsatz in 2022

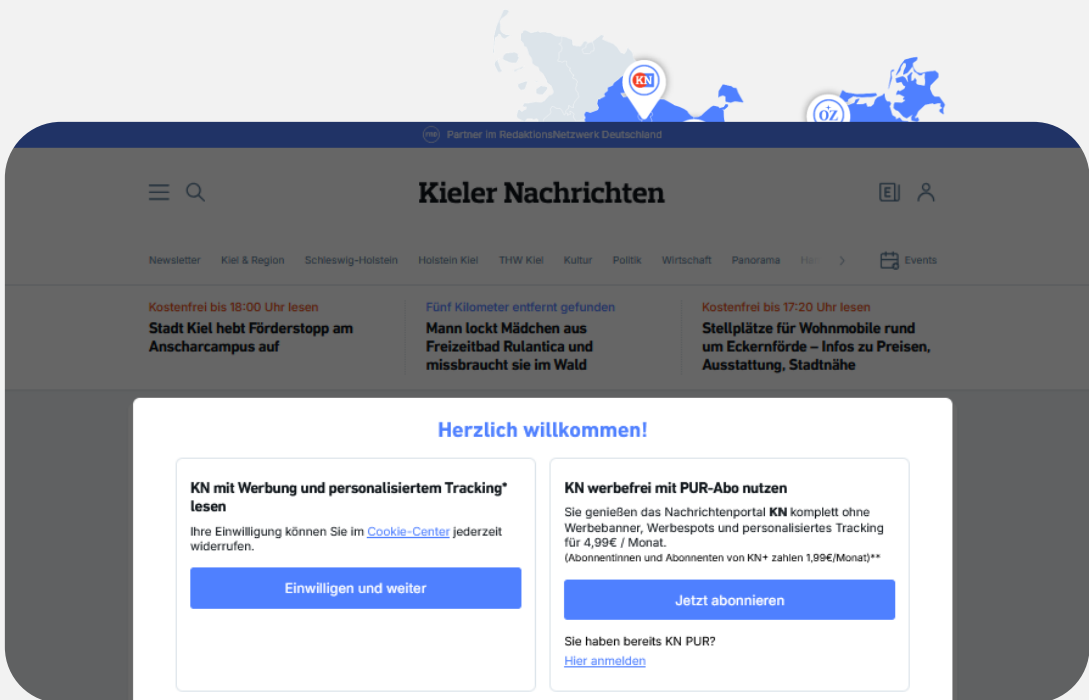
Mit der Planungssoftware Board werden bei Madsack die Auflagen- und Erlösplanung vom „Website Visit“ bis hin zum Erlös geplant.



Best Practices aus der Medienbranche am Beispiel der Mediengruppe Madsack

Daten sammeln und aufbereiten

Vom Abo-Geschäft zum digitalen Geschäftsmodell: Analyse und Segmentierung der „Visits“ je Website



Mit der Planungssoftware Board werden bei Madsack die Auflagen- und Erlösplanung vom „Website Visit“ bis hin zum Erlös geplant.

Best Practices aus der Medienbranche am Beispiel der Mediengruppe Madsack

Daten sammeln und aufbereiten

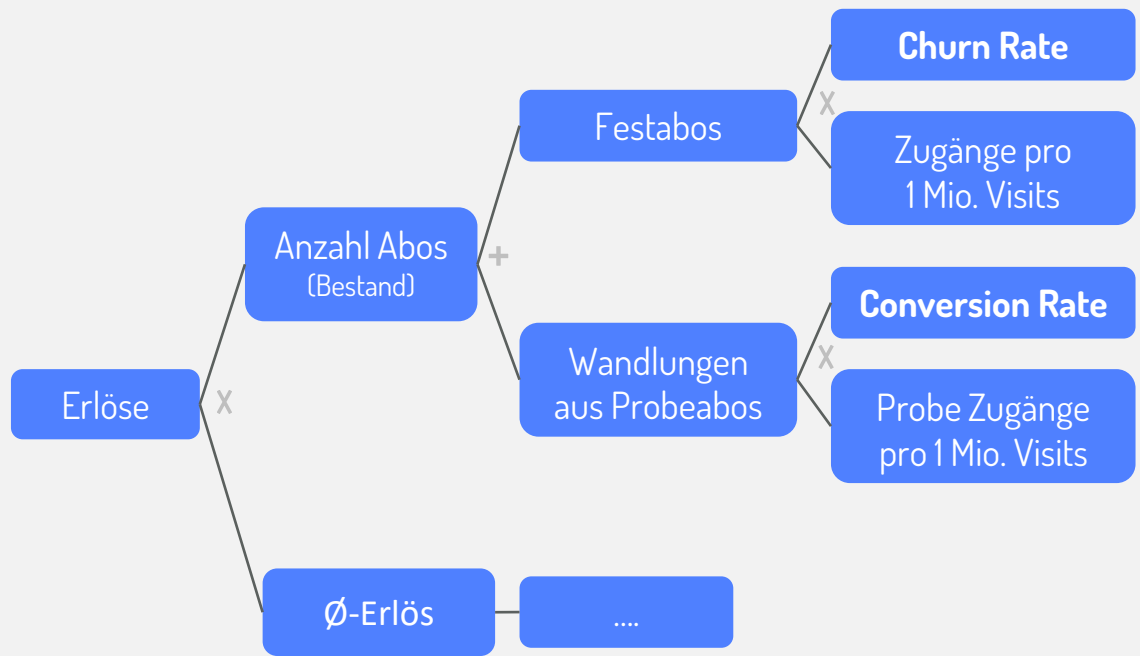
Vom Abo-Geschäft zum digitalen Geschäftsmodell: Analyse und Segmentierung der „Visits“ je Website



Visits monetarisieren

Verknüpfung von finanziellen und operativen KPIs, um Umsatzpotenzial optimal zu steuern.

Vereinfachte Darstellung des Treiberbaums für die Planung der „Plus Abos“ der Online Zeitungsausgaben:



Mit der Planungssoftware Board werden bei Madsack die Auflagen- und Erlösplanung vom „Website Visit“ bis hin zum Erlös geplant.

Best Practices aus der Medienbranche am Beispiel der Mediengruppe Madsack

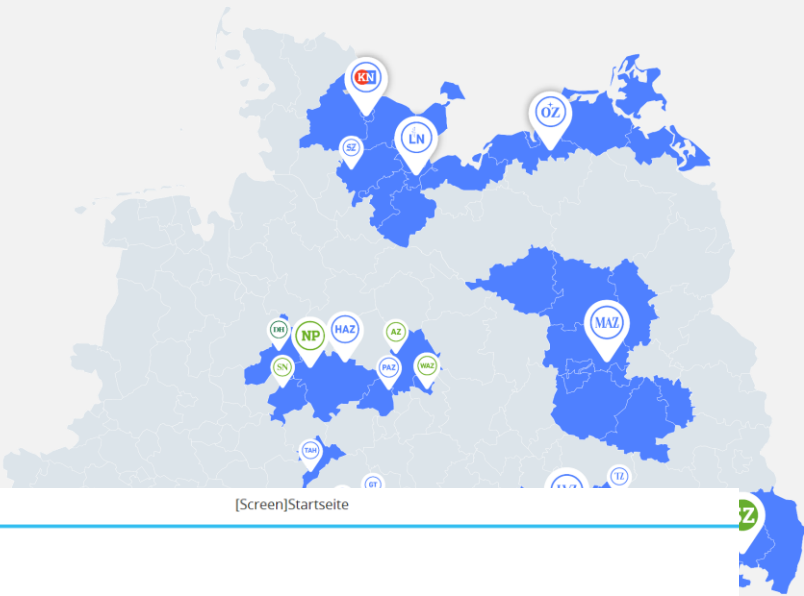
Daten sammeln und aufbereiten
Vom Abo-Geschäft zum digitalen Geschäftsmodell: Analyse und Segmentierung der „Visits“ je Website



Visits monetarisieren
Verknüpfung von finanziellen und operativen KPIs, um Umsatzpotenzial optimal zu steuern.



Maßnahmenplanung und Steuerung
Integrierte Unternehmenssteuerung u.a. des Digitalgeschäfts mit der BI-Software Board



 **MADSACK**

[Screen]Startseite

HANNOVER

GÖTTINGEN

MMO

POTSDAM

SACHSEN

LÜBECK

ROSTOCK

KIEL

CONTROLLING

 **MADSACK**

VERKAUFS-REPORT

OBJEKT-REPORT

DIGITAL-REPORT

BERATER-DASHBOARD

KPI-DASHBOARD

STELLEN UND TRAUER

Kontakt: BI@madsack.de

board NEWS

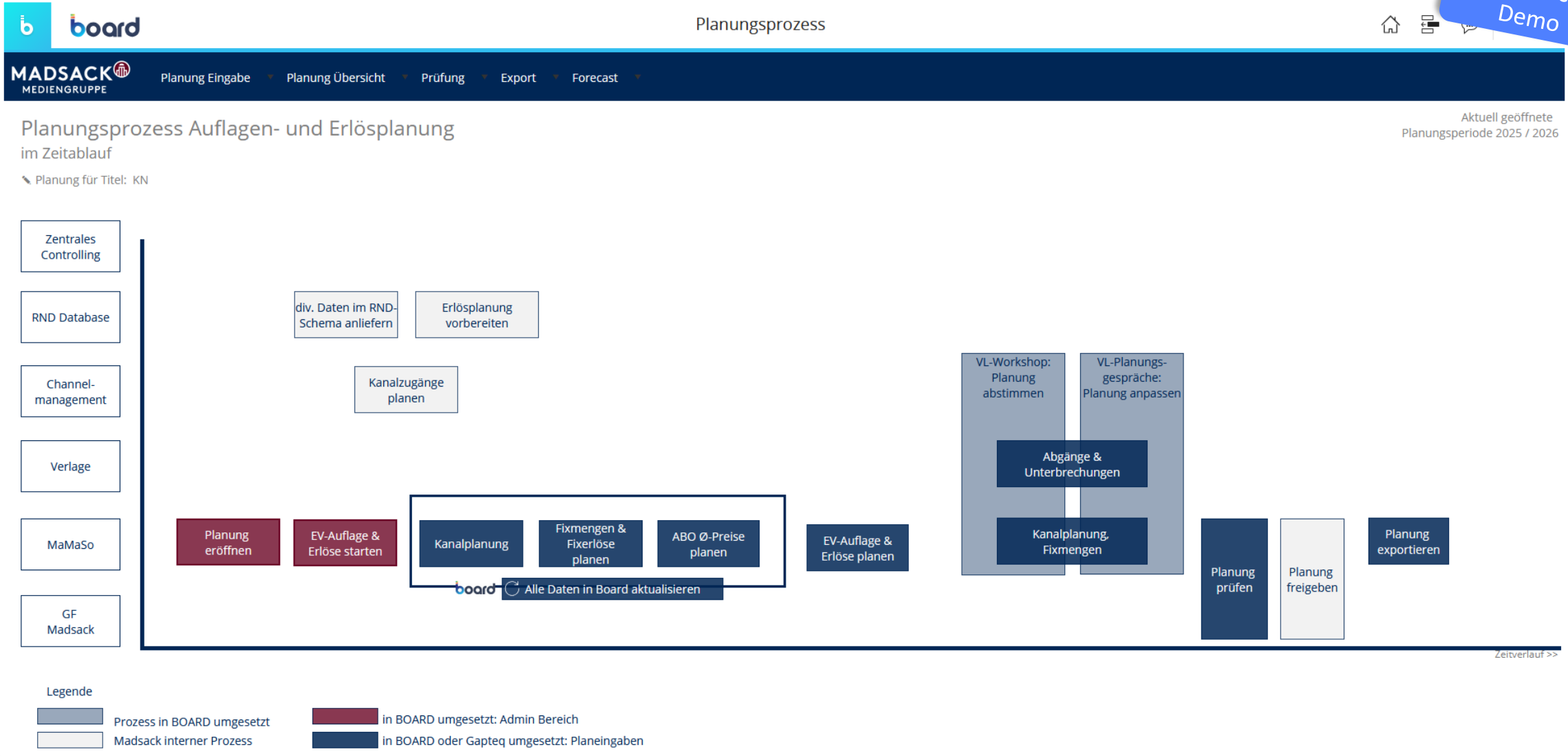
Heute ist der 15.08.2025
Buchungsstand 13.08.2025
Datenversorgung **erfolgt**
Das System wird in der Regel täglich zwischen 07:00 Uhr bis 08:30 Uhr neu versorgt. Rufen Sie in dieser Zeit Berichte ab, können diese noch unvollständig sein.

12

Aus einem Excel-Chaos ist ein **übersichtlicher Planungsprozess** mit transparenter Aufgabenteilung je Funktionsbereich im BI- und Planungstool Board entstanden!



Madsack
Demo



Mit nur wenigen Klicks gelingt die Mengenplanung für das ABO Plus Geschäft bei Madsack: Einblicke in die **Mengenplanung** des Digitalgeschäfts am Beispiel der **Kieler Nachrichten**



MADSACK

Madsack Demo mit anonymisierten Daten

PL01 - Mengenplanung



MADSACK
MEDIENGRUPPE



Planung

Prüfung

Export

1

2026

< >

KN

< > ↺



Planungsperiode 2025 / 2026
Planungsversion FC2/PLAN

1) Zugänge pro 1 Mio. Visits, Conversion Rate und Churn Rate planen.

	Zugang pro 1 Mio. Visits Probe	Zugang pro 1 Mio. Visits App	Zugang pro 1 Mio. Visits Fest	Conversion Rate Ø 0,46	Churn Rate Ø 0,06
+ Jan.26	417	250	500	0,46	0,08
+ Feb.26	417	250	500	0,46	0,08
+ Mär.26	417	250	500	0,46	0,06
+ Apr.26	417	250	500	0,46	0,06
+ Mai.26	417	250	500	0,46	0,06
+ Jun.26	417	250	500	0,46	0,06
+ Jul.26	417	250	500	0,46	0,06
+ Aug.26	417	250	500	0,46	0,06
+ Sep.26	417	250	500	0,46	0,06
+ Okt.26	417	250	500	0,46	0,06
+ Nov.26	417	250	500	0,46	0,07
- Dez.26					
Basis	417	250	500	0,46	0,06
Plankorrektur					0,01
Total Dez.26	417	250	500	0,46	0,07

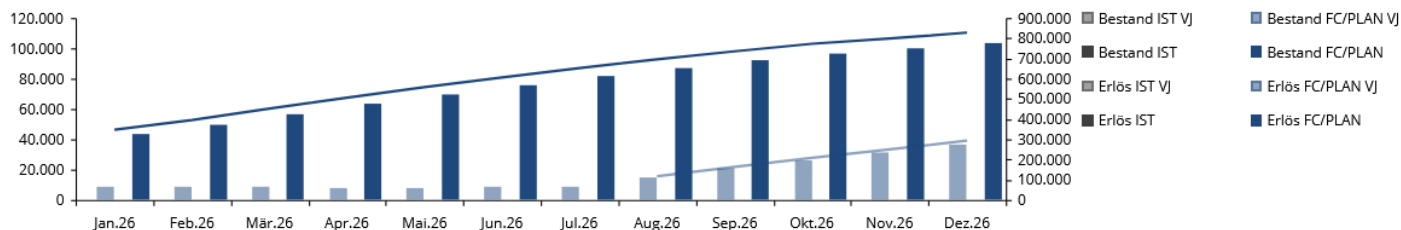
2) Zwischenergebnis der Zugänge je Abotyp und Anpassung auf Gesamtebene.

	Visits	errechnete Zugänge Probe ⓘ	errechnete Zugänge App ⓘ	errechnete Zugänge Fest ⓘ	Zugang Anpassung ⓘ	Zugang Gesamt ⓘ
Jan.26	10.573.433	4.406	2.643	6.841		9.484
Feb.26	10.304.422	4.294	2.576	7.190	-500	9.266
Mär.26	10.551.232	4.396	2.638	7.261		9.899
Apr.26	10.376.576	4.324	2.594	7.222		9.816
Mai.26	10.666.189	4.444	2.667	7.333		9.999
Jun.26	10.483.777	4.368	2.621	7.297		9.918
Jul.26	10.561.062	4.400	2.640	7.301		9.941
Aug.26	10.513.026	4.380	2.628	7.292		9.920
Sep.26	10.362.374	4.318	2.591	7.207		9.798
Okt.26	10.275.775	4.282	2.569	7.135		9.704
Nov.26	10.154.758	4.231	2.539	7.058		9.596
Dez.26	10.919.307	4.550	2.730	7.417		10.146

3) Gesamtergebnis Abgänge und Planbestand

	Abgang ⓘ	Bestand ⓘ	Proben ⓘ
Jan.26	2.758	43.497	4.406
Feb.26	3.262	49.501	4.294
Mär.26	2.723	56.678	4.396
Apr.26	3.117	63.376	4.324
Mai.26	3.486	69.890	4.444
Jun.26	3.844	75.964	4.368
Jul.26	4.178	81.727	4.400
Aug.26	4.495	87.152	4.380
Sep.26	4.793	92.157	4.318
Okt.26	5.069	96.792	4.282
Nov.26	6.291	100.097	4.231
Dez.26	6.506	103.737	4.550

4



Die **Erlösplanung** erfolgt auf Grundlage von Durchschnittserlösen:
Beim Speichern der Dateneingabe werden alle Erlöse automatisch berechnet.



Madsack Demo mit
anonymisierten Daten

b

board

MADSACK
MEDIENGRUPPE

Planung

▼

Prüfung

▼

Export

▼

2026

<>

Website

29/29

Planungsperiode 2025 / 2026
Planungsversion FC2/PLAN

1) Website(n) selektieren und Durchschnittserlöse (je Planungsperiode) je Website eingeben und Speicherbutton drücken.

	AZ-WAZ	CELZ	DEWEZET	DH	DNN	GNZ	GT-ET	HAZ	KN	LN	LVZ	LZ	MAZ	NDZ	NN1	NP	OP	OZ
Durchschnittserlös	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	16,00	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344

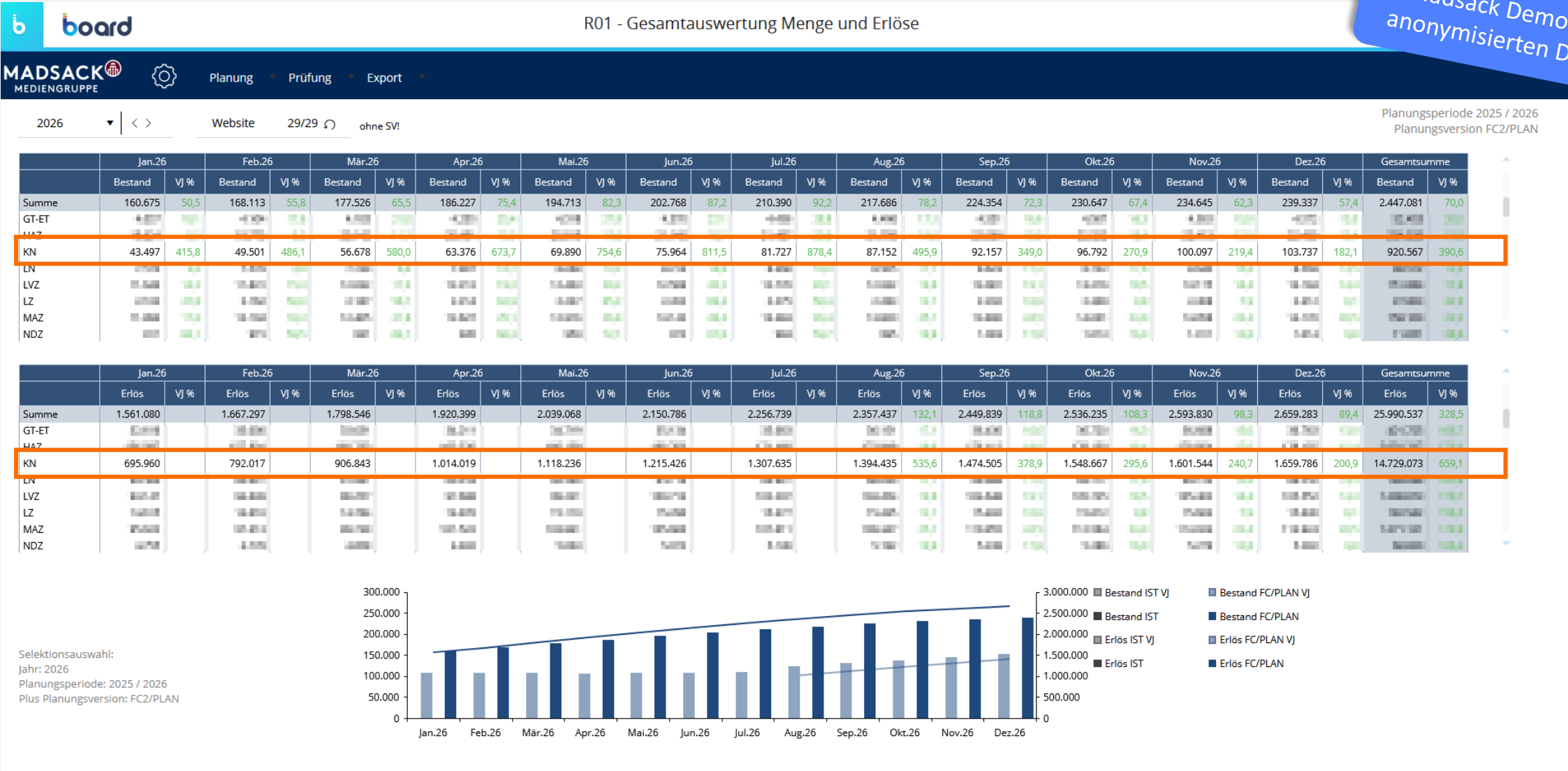
2) Erlöse je Website im Jahr 2026

Erlös	AZ-WAZ	CELZ	DEWEZET	DH	DNN	GNZ	GT-ET	HAZ	KN	LN	LVZ	LZ	MAZ	NDZ	NN1	NP	OP	OZ
Jan.26	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	695.960	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344
Feb.26	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	792.017	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344
Mär.26	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	906.843	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344
Apr.26	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	1.014.019	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344
Mai.26	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	1.118.236	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344
Jun.26	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	1.215.426	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344
Jul.26	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	1.307.635	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344
Aug.26	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	1.394.435	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344
Sep.26	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	1.474.505	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344
Okt.26	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	1.548.667	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344
Nov.26	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	1.601.544	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344
Dez.26	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	1.659.786	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344
Summe	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344	14.729.073	11.344	11.344	11.344	11.344	11.344		11.344	11.344	11.344

Selektionsauswahl:
Jahr: 2026
Planungsperiode: 2025 / 2026
Plus Planungsversion: FC2/PLAN

Die Gesamtauswertung der Mengen und Erlöse zeigt alle Webseiten des Digitalgeschäft der Mediengruppe im Planverlauf je Monat.

Madsack Demo mit anonymisierten Daten



Nutzen aus Sicht der Madsack Anwender:innen



Workflows und Zusammenarbeit

- ✓ übersichtlicher und logischer Aufbau
- ✓ grafische Darstellung hilfreich für Planungsablauf in Cross-funktionalen Teams

Datenaufbereitung als Aufsatzzpunkt für die Planung

- ✓ höherer Automatisierungsgrad der Datenanlieferung
- ✓ minimiert manuelle Eingriffe und damit auch kürzere Plandurchlaufzeit

Planung steuerungs- relevanter KPIs

- ✓ Definition eines Treiberbaums, um die beeinflussbaren KPIs zu planen (z.B. Conversion Rate)
- ✓ Verbesserung der Steuerungsqualität

Ihre Ansprechpartner beim Controlling Summit

Für weitere Fragen und Antworten stehen wir gerne zur Verfügung!



board 

**Besuchen Sie uns
am **Stand C1****
und nehmen Sie an
unserem Gewinnspiel teil!

www.board.com - www.linkfish.eu



Kira Kardel

Senior BI & Analytics Beraterin

kira.kardel@linkfish.eu



Nadja Werner

**Specialist Finance &
Solutions Team**

nadja.werner@linkfish.eu



Gabriel Grohmann

Senior BI & Analytics Experte

gabriel.grohmann@linkfish.eu