




UNIVERSITÄT
LEIPZIG

LYA Gaming

Sammelkartenspiele treffen RPG-Maker

Gliederung

- Beispiel: Sammelkarten
 - Markt
 - Geschäftsidee und Team
 - Kundensegmente
 - Wertangebot
 - Kanäle
 - Kundenbeziehungen
- 
- The bottom right corner of the slide features two overlapping geometric shapes: a light blue triangle pointing upwards and to the right, and a red triangle pointing downwards and to the right, partially overlapping the blue one.

- Erlösmodell
- Aktivitäten
- Partner
- Ressourcen
- Kosten
- Negative Space
- Schlusswort



Beispiel: Sammelkarten



Markt

- Online:
 - 2025: \$7.51Mrd
 - 2030: \$10.98Mrd
- Print:
 - 2024: \$13Mrd
- Konkurrenz: Pokemon, Yu-Gi-Oh (50Mio/17Mio), Magic: the Gathering (50Mio/13Mio), Hearthstone (23.5Mio)

Geschäftsidee

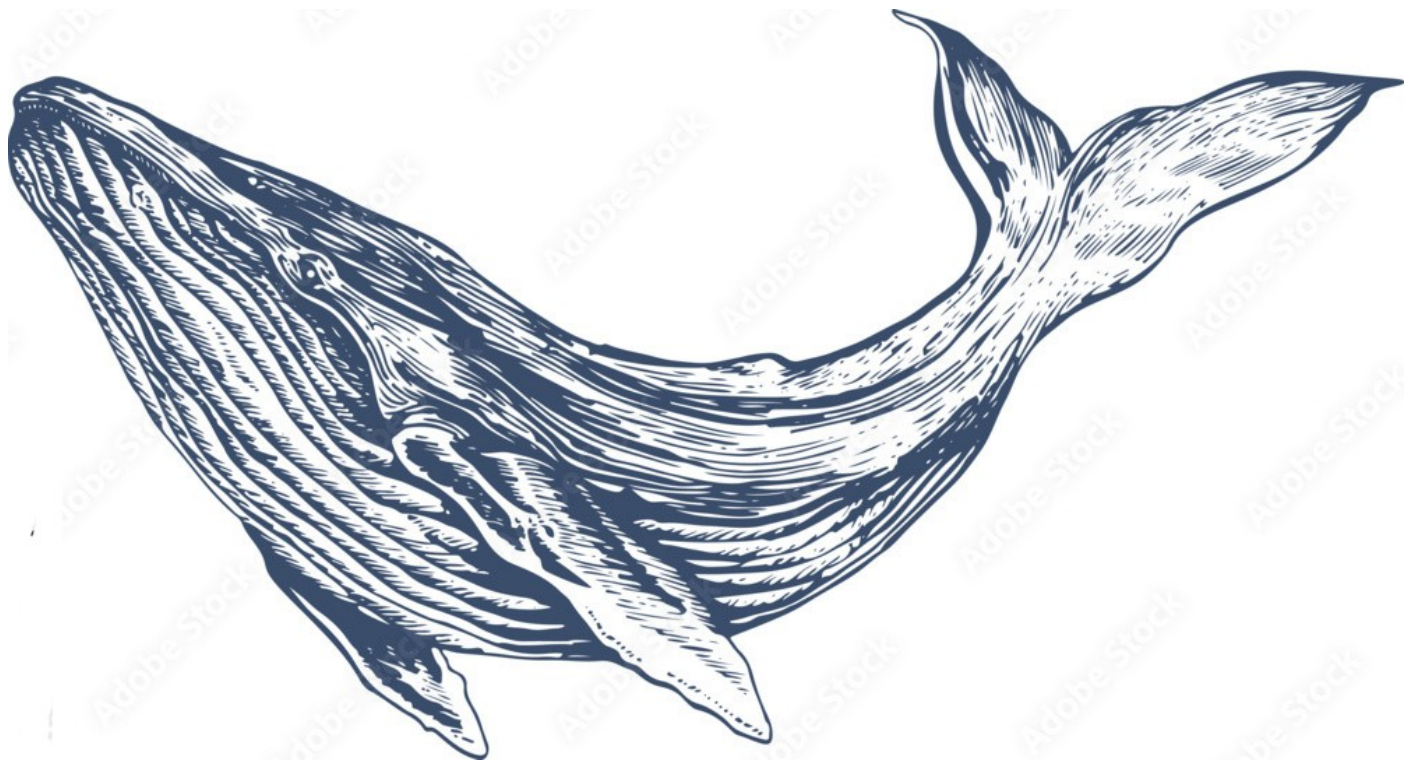
- (Sammel-)Kartenspiele ohne Coden
- Pitchen-Bewerten-Mechanik
- Fun-Measure-Funktion
- Mensch-zu-Karte Angebot
- Marketplaces
- 20% von Allem

Team

- Ich
- 3 Programmierer mit 4h/Woche
- 1 Musiker mit 4h/Woche
- Wir brauchen: 1 Programmierer und 1 BWLer/
Wirtschaftswissenschaftler Vollzeit für EXIST
oder 2 studentische Programmierer Teilzeit

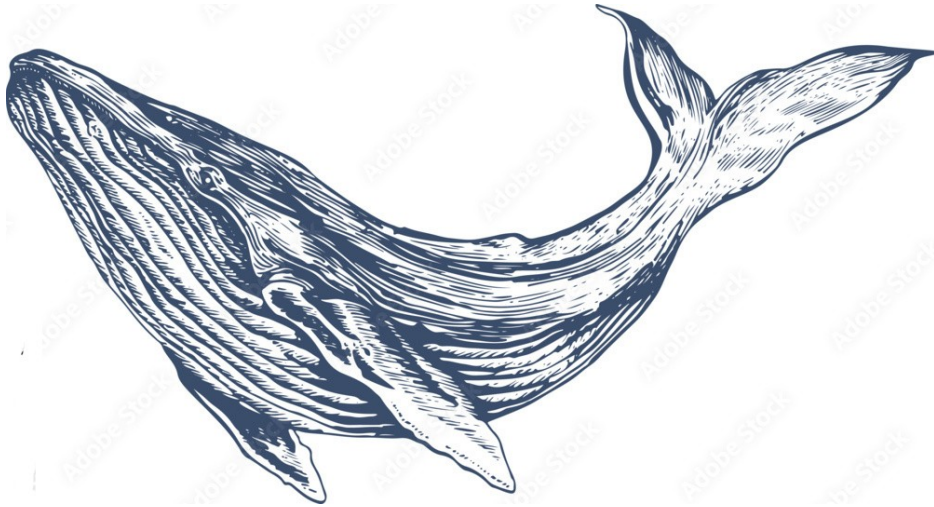
Kundensegmente

- Insgesamt 11
- Hier ausgewählt: Wal und Free-To-Play Spieler/Kernspieler





Wertangebot

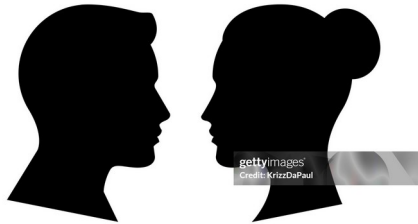


Kanäle

- DevLogs mit Links zur eigenen Seite
- Patreon-Updates
- Social Media-Präsenz und -Kampagnen
- Blog und Updates auf eigener Seite, unterstützt durch SEO



Kundenbeziehungen



- Insgesamt 6 verschiedene Kundenbeziehungen
- Hier ausgewählt:
 - Free-To-Play Spieler/Kernspieler
 - Wal

Erlösmodell

- Große Menge Spieler lockt viele Wale
- 20%-33% von gepitchten Karten mit Skins
- 20% Verkäufen in Marketplaces und Spielen, die mit unserer Software kreiert wurden

Erlösmodell

- Keine Lootbox-Mechanik
- Kein Verschleiern von Kosten durch intermediäre, virtuelle Währung
- Kein psychologisches Manipulieren mit Dauer-Sales oder Preisen wie 1.99€
- Positionierung als „The Good Guys“ löst das Free-To-Play Spieler/Kernspieler-Problem

Aktivitäten

- Social Media, Patreon
- Eigene SEO-optimierte Webseite
- Influencer-Marketing
- Merchandise
- Visibility auf Itch.io, Game Jolt
- Visibility auf Steam, Epic Games Store und GOG

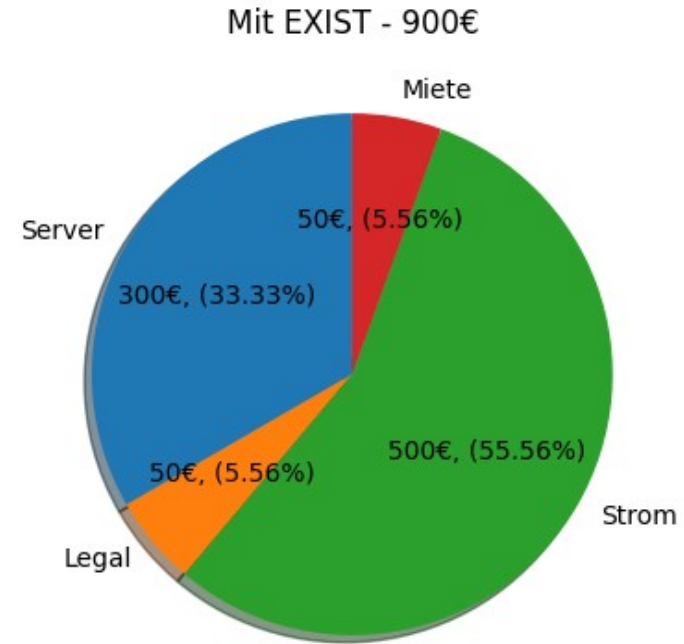
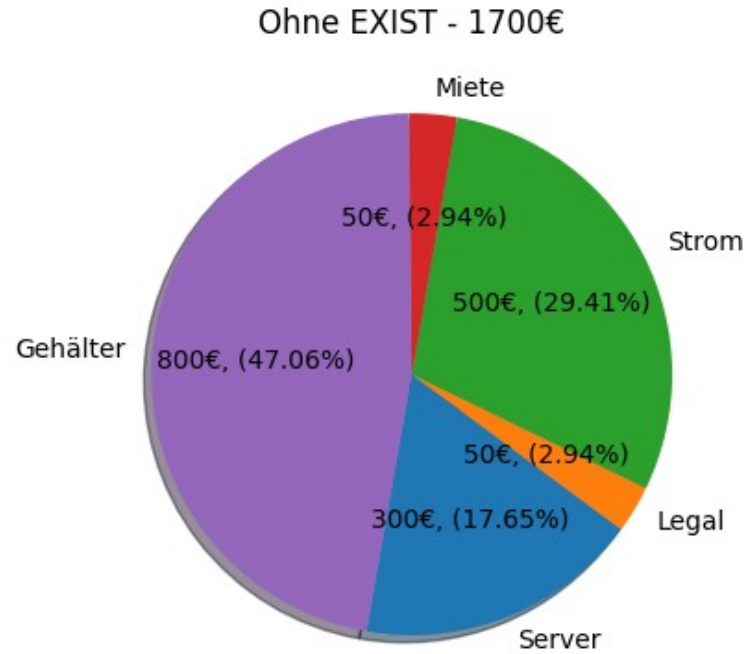
Partner

- Influencer
- Ex-Kartendesigner
- Menschen, die sich mit der theoretischen Seite des Kartendesigns auskennen

Ressourcen

- Server geleast 300€/Monat 24 Monate, um möglichst lange liquide zu bleiben (insgesamt 5000€ bis 7000€)
- Theoretisches Verständnis
- Förderung 900€/Monat oder
- Eigenkapital bis zu 1700€/Monat oder insgesamt ca. 27.000€
- 1 Developer im Gründerteam/2 dedizierte studentische Developer für je 400€/Monat

Kosten



Kosten

- wo wir keine Kosten haben:
 - Designteam
 - Tester
 - Teilweise Developer
 - Teilweise Marketing, wegen Mundpropaganda

Negative Space

- Spiel wird mit jedem Spieler und jeder Karte besser
- Alle Spieler bleiben bei uns
- andere Spielehersteller brennen sich durch ihre Spieler

Schlusswort

Wir in LYA Gaming verkaufen kein Produkt, wir verkaufen ein Gefühl.

Danke

Alle Kundensegmente

- Free-To-Play Spieler/Gelegenheitsspieler
- Free-To-Play Spieler/Kernspieler
- Normaler Gelegenheitsspieler
- Normaler Kernspieler
- Hardcore Spieler
- Professionelle Spieler/kein Streamer

Alle Kundensegmente

- Professionelle Spieler/Streamer
- Creator
- Wal
- Musiker/Künstler
- Investoren

Alle Kundenbeziehungen

- Selbstbedienung für Musiker und Künstler
- Community-Verhältnis und Co-Creation für Spieler bis zu einem gewissen Rang und Creator von Karten, die bis zu einem Threshold hoch-gevoted wurden
- Persönliche Betreuung für erfahrene Creator und für Creator von Karten, deren Up-Votes einen Treshold überschritten haben und deren Eigenschaften nachprogrammiert werden müssen

Alle Kundenbeziehungen

- Individuelle persönliche Betreuung für die erfahrensten und besten Spieler und Creator
- Individuelle persönliche Betreuung für Käufer des „Mensch-zu-Karte“-Paketes
- Individuelle persönliche Betreuung für Wale

Key Propositions

- Radikale Transparenz
- Spieler haben das Gefühl direkt dabei zu sein und geschätzt zu werden, sowie uns zu vertrauen, dass wir wirklich nur ihr Bestes im Sinn haben und ihnen nicht aus Geldgier in den Rücken fallen
- Kein Power Creep oder Money Grab-Veröffentlichung (spielzerstörende Karten)/geliebte Karten und Spielstrategien bleiben relevant und spielbar
- Es ist einfach mit freunden zu spielen und Turniere zu organisieren
- Wirklich gutes Match-Making
- One-Stop-Shop für Musiker und Künstler Musik, Kunst und Merchandise anzubieten

Kunden*innenbindung

- Findability: Website, Social-Media, Influencer
- Likeability: Spiel macht am meisten Spaß
- Workability: leichte, intuitive Bedienbarkeit der Software
- Payability: Spiel an sich ist kostenlos; schöne Versionen von Karten sind leicht bezahlbar
- Shareability: in Software eingebaut
- Needability: Spiel macht am meisten Spaß und bleibt ihrem Spielern treu
- Scalability: sehr leicht, da Software