

## Nørd din niche og specialiser dit produkt

Henrik Løvig, adm. direktør, North Media Online A/S

**DEBAT** Det er fristende at tænke bredt, når man udvikler fremtidens digitale platforme. Hvem vil ikke gerne lave den næste Facebook eller Google? Men i min optik er der meget at vinde ved at fokusere på nicher frem for at satse stort på det brede. Det er kun ganske få, der kan bygge en holdbar forretning på at favne bredt, og chancen for at lykkes i en skarpt fokuseret niche er meget større.

I Danmark har vi glimrende forudsætninger for at opdyrke de digitale nicher med vores høje uddannelsesniveau, stærke digitale infrastruktur og en befolkning, der er modnet til digitale løsninger. Så kan man fristes til at spørge, om man begrænser sit potentielle kundegrundlag ved at tænke i dybt specialiserede nicher? Her er kunsten netop at finde en niche, der differentierer sig og kan skaleres internationalt.

Her kan man fremhæve de dygtige folk bag f.eks. Too Good To Go,

*De stærkeste og mest levedygtige er dem, der formår at tænke i rene nicher og finde huller i markedet*

Veo og Better Collective, som har fundet en niche og en klar fortælling.

Det er heller ikke tilfældigt, at nichemedier som Zetland og Føljeton vinder nye læsere og abonnenter, mens mange bredere medier kæmper med faldende læsertal. Der er en stigende interesse for det snævre, det specialiserede og det kompetente.

Den samme udvikling ser vi i andre dele af startup-miljøet og blandt de danske iværksættere. De absolut stærkeste og mest levedygtige er dem, der formår at tænke i rene nicher og finde huller i markedet.

Jeg ved fra vores egne matchingplatforme Ofir og Boligportal, at det er en kæmpe udfordring at skære ind til kernen. Det er dyre lærepenge at skrotte udviklingsprojekter og funktioner, som man har brugt både tid og kræfter på.

Men på den lange bane er det langt dyrere, hvis man ikke finder og forfiner sit specialiserede produkt. Det vil samtidig give gode forudsætninger for at skalere internationalt og klare sig ude for Danmarks grænser.

Så min opfordring er, at iværksættere og virksomheder skal turde at satse på nicherne – det er ikke en begrænsning, men en gylden mulighed for at få succes med nye, digitale platforme.