



Gintaras Gimžauskas. Justės G2 nuotr.

Vasarą atsirado galimybė gauti koncentruotą informaciją apie startuolius ne tik Lietuvoje, bet ir kitose Baltijos šalyse. Ją suteikė Gintaras Gimžauskas, pradėjęs siųsti kuruojamą naujienų apie Baltijos šalių startuolius naujienlaiškį „[StartupBound](#)“.

Žurnalistika - amžinoji meilė

Paklaustas, kaip norėtų būti pristatomas skaitytojams, „StartupBound“ idėjos autorius patikina, kad nemėgsta etikečių klijavimo, todėl ši užduotis tampa labai sudėtinga.

„Kai kurie „BZN start“ skaitytojai mane, matyt, prisimena dar nuo tų laikų, kai rašiau straipsnius tuometiniam „BZN start“ žurnalui ir portalui. Na, bent jau noriu tuo tikėti. Šiaip jau kaskart susiduriu su problema, kai kas paprašo apibendrintai prisistatyti. Aš iš dalies stengiuosi vengti to etikečių klijavimo, o iš dalies ir nežinau, kokią etiketę turėčiau pasirinkti. Studijas baigiau Vilniaus universiteto Žurnalistikos institute, dirbau reporteriu, redaktoriumi, komunikacijos specialistu, o prieš šešerius metus nusprendžiau dirbti savarankiškai“, – pasakoja G. Gimžauskas.

Savarankiškas darbas nuvedė į komunikacijos sritį, kur pašnekovas drauge

su kolega įkūrė turinio rinkodaros agentūrą „Contentum“, vėliau prisidėjo prie daliai komunikacijos specialistų žinomo įrankio „Zen PR“ sukūrimo.

„Pastaroji sistema, kuri, matyt, yra arčiausiai tikrojo startuolio apibrėžimo, taip pat toliau plėtojama, tik jau be mano pagalbos. Žinau, kad viską palikau geros rankose. Šiuo metu esu visiškai laisvai samdomas darbuotojas: rašau straipsnius, „Žinių radijuje“ vedu savaitinę laidą „Puikūs pralaimėjimai“, konsultuoju įmones bei startuolius komunikacijos klausimais. Na, ir, aišku, neseniai prisidėjo nauja savanoriška veikla – „StartupBound“ naujienlaiškio kuravimas“, – prisistato pašnekovas.

Idėją pametėjo JAV pavyzdys

„[StartupBound](#)“ sukūrimas kilo ne vien iš G. Gimžausko traukos žurnalistikai. Anot jo, kasdienis darbas su startuolių bendruomene bei domėjimasis užsienio naujovėmis paskatino idėją imtis tokios veiklos.

„Kadangi domiuosi žiniasklaidos naujovėmis, prieš kurį laiką pastebėjau, kad JAV kyla naujienlaiškiais grįstos žiniasklaidos bumas. Jau tuomet susimąščiau, ar galėtų kas nors ir Lietuvoje pasitelkti tokį informacijos sklaidos kanalą. Galiausiai nutariau, kad reikia pačiam imtis to. Mano kasdiniame darbe buvo ir yra daug bendradarbiavimo su startuoliais, jiems padedančiais ar tiesiog inovacijomis besidominčiais žmonėmis, tad rasti tematiką naujienlaiškiui nebuvo sudėtinga. Informacija startuoliams ir apie startuolius buvo instinktyvus pasirinkimas“, – prisimena jis.

Suprato poreikį

Be to, kad idėją pastūmėjo natūralus bendravimas su startuolių kūrėjais bei nuolatinis buvimas startuoliškoje aplinkoje, G. Gimžauskas teigia pamatęs kokybiškos ir koncentruotos informacijos stygių mūsų šalyje.

„Iš diskusijų su kolegomis ir publikacijų žiniasklaidoje matėsi, kad koncentruotos informacijos apie Lietuvos ar Baltijos šalių startuolius, ypač anglų kalba, trūksta. O jeigu ir yra, tai ji pasimeta naujienų sraute. Nors Lietuva, Latvija ir Estija vadinamos sesėmis, tačiau informacinis atotrūkis tarp jų milžiniškas. Retas kuris gali daugiau papasakoti apie startuolius visose trijose šalyse. Įvertinęs tai pamaniau sau: „Ei, būtų tikrai jėga, jeigu kas atsiųstų su startuoliais ir technologijomis susijusios kokybiškos informacijos rinkinį – nereikėtų gaišti laiko paieškai, iškart galima būtų pereiti prie skaitymo ar bent peržiūrėjimo“, – pasakoja pašnekovas.

Šiuo metu pradinė stadija

Kurį laiką leidžiamas naujienlaiškis nuolatos tobulinamas, bandoma pasiekti kokybiškiausią variantą, kuris būtų patogus kiekvienam skaitytojui. Būtent todėl apie „StartupBound“ pašnekovas dar neskelbia labai plačiai ir visų pirma platformą išbando su tikrais startuolių srities entuziastais.

„leškau geriausio naujienlaiškio formato, platinimo laiko, optimalaus informacijos kiekio ir gludinu kitus niuansus.“

G. Gimžauskas.

„Aš manau, kad „StartupBound“ vis dar yra pradinėje stadijoje, vis dar startuoja. leškau geriausio naujienlaiškio formato, platinimo laiko, optimalaus informacijos kiekio ir gludinu kitus niuansus. Visa tai ir informacijos paieška, taip pat turinio kuravimas užima laiko. Kadangi naujienlaiškis dar tobulinamas ir nėra pasiekęs galutinės stadijos, jo labai aktyviai neviešinu. Vos keliose „Facebook“ paskyrose buvo užsiminta apie jį. Tačiau net ir tokiu atveju prenumeratorių skaičius jau siekia beveik 100“, – džiaugiasi G. Gimžauskas.

Be to, jis pabrėžia, kad, kaip ir kiekvienai naujai veiklai, ko gero, sudėtingiausia yra tai, kaip bus išdėlioti prioritetai. Anot jo, svarbu, kad laiko ir dėmesio pakaktų ne tik naujai idėjai plėtoti, bet ir pagrindiniam darbui, kuris neša pajamas, atlikti. Visgi, jeigu viskas klostysis palankiai, pagrindinis G. Gimžausko tikslas – „StartupBound“ paversti aktyvia bendruomene, vienijančia galbūt ne tik Lietuvos, bet ir visų Baltijos šalių startuolių entuziastus, inovacijų kūrėjus ir gerbėjus. „Na, o visa ko viršūnė būtų kas ketvirtį pasirodantis žurnalas“, – svajoja pašnekovas.

Sulaukė susidomėjimo

Naujienlaiškių žiniasklaidos kelią pasirinkęs „[StartupBound](#)“ gana greitai sulaukė ir rėmėjų susidomėjimo. Rizikos kapitalo fondas „Open Circle Capital“ tapo šio projekto partneriu.

„Open Circle Capital“ prisidėjimas paskatino toliau plėtoti idėją ir tobulinti naujienlaiškį. Rėmėjo mokestis, gaunamas iš šio rizikos kapitalo fondo, leido net šiek tiek investuoti į naujienlaiškio kūrimo bei platinimo technologinius sprendimus“, – atskleidžia G. Gimžauskas.

Linki išvengti grauzaties

Pašnekovas kiekvienam pradedančiajam verslininkui linki drąsos įgyvendinti savo idėjas, nes, anot jo, nėra nieko blogiau negu sielojimasis dėl progų, kurių žmogus neišnaudoja, pasidavęs savo baimėms.

„Kaip žmogus, kuris prisidėjo prie dviejų įmonių įkūrimo, o vėliau iš jų pasitraukė, galiu pasakyti, kad svarbiausia yra du dalykai: 1) jei tik įmanoma, nuspręsti, ar veikla, kurios bus imamasi, yra tikrai tai, ką norisi veikti kiekvieną dieną; 2) na, o jei net nepavyko atsakyti į pirmame punkte esantį klausimą, imtis ir išbandyti savo idėją. Banaliai skamba, tačiau taip jau yra – neišnaudotos progos labiau graužia sielą nei patirtos nesėkmės“, – įsitikinęs naujienlaiškio „StartupBound“ autorius.