

Auf Erfolgskurs: Ticketfrog will den Sprung ins Ausland wagen

von Fabian Muster — Oltner Tagblatt • Zuletzt aktualisiert am 6.7.2017 um 07:37 Uhr



Die drei Gründer (v.l.) Reto Baumgartner, Mike Müller und Urs Koller bei der Entgegennahme des InnoPrix 2016 im letzten November. Archiv. © Bruno Kissling

Das Oltner Startup Ticketfrog reitet auf einer Erfolgswelle. Die Gründer zogen nun weiteres Investitionskapital an Land, um den Ticketmarkt aufzumischen.

Statt dass Veranstalter und Käufer für Tickets Gebühren bezahlen, werden die Tickets über Werbung auf den zu Hause ausgedruckten und mobilen Tickets finanziert. Mit diesem Konzept, das das Wirtschaftsmodell der gängigen Anbieter wie Ticketcorner oder Starticket untergräbt, reitet das Oltner Startup Ticketfrog seit dem Start vor einem Jahr auf einer Erfolgswelle.

Nun können die Gründer um Reto Baumgartner einen weiteren Erfolg verbuchen: Eine Gruppe von Investoren wird einen tiefen einstelligen Millionenbetrag dem Startup zur Verfügung stellen, wie es in einer Medienmitteilung heisst, welcher dieser Zeitung vorab vorliegt. Dies ist bereits die zweite Finanzierungsrunde seit dem Start im letzten Jahr. Mitgründer Reto Baumgartner: «Damit wollen wir die Onlineplattform weiterentwickeln und mehr Geld in die Vermarktung stecken.» Zudem soll das 12-köpfige Team aufgestockt werden. Ebenfalls in Angriff genommen werden soll die Expansion nach Deutschland, welche für 2018 geplant ist.

Die Wachstumskurven zeigen überall steil nach oben. Um rund 20 Prozent monatlich steigt das Ticketvolumen derzeit. Über 300 Veranstaltungen mit über 100'000 Tickets werden monatlich auf der Onlineplattform publiziert. Erfreulich ist laut der Mitteilung die hohe Wiederkehr- und Zufriedenheitsrate. Das Wachstum ist derzeit doppelt so hoch, wie im Businessplan vorgesehen. Trotzdem schreibt das Startup bisher keine schwarzen Zahlen. Das soll in bis zwei Jahren der Fall sein. «Damit unser Werbemodell funktioniert, brauchen wir Reichweite.»

Zumindest in der Region Olten hat Ticketfrog laut Baumgartner schon einen Marktanteil von rund 50 Prozent bei den Veranstaltungen. Auch in Zürich ist das Startup nach der Übernahme des Konkurrenten Instahive am Markt präsent. Weitere Veranstalter aus der ganzen Deutschschweiz bieten ihre Tickets mittlerweile auf der Onlineplattform an – auch dank Empfehlungen im Netz und der Mundpropaganda.

Der Marktanteil von Ticketfrog ist trotz des Wachstums noch verschwindend klein. Der Schweizer Ticketmarkt wird gemäss Bundesamt für Statistik auf ein Volumen von jährlich 100 Millionen Tickets geschätzt. Davon gehen rund 1,5 Millionen auf das Konto der Oltner.