

# Ticketfrog – die innovative, gebührenfreie Ticketingplattform

*Der Schweizer Ticketingmarkt ist im Umbruch. Endlich, denn die hiesige Ticketingbranche glänzte in den letzten Jahren nicht sonderlich durch überzeugende Innovationen oder digitale Transformation. Ein neuer und innovativer Player sorgt nun für mehr Bewegung im Onlineticketing.*



von  
**Jonas Hufschmid**  
Projektleiter  
Ticketfrog AG  
jonas.hufschmid@ticketfrog.com



von  
**Reto Baumgartner**  
PR und Kommunikation  
Mitglied der GL  
Ticketfrog AG  
reto.baumgartner@ticketfrog.com



Das Oltner Start-up Ticketfrog, das ein halbes Jahr nach seinem Start bereits den Zürcher Mitbewerber Instahive übernahm, ist ein neuer Player im Ticketingmarkt. Das Ziel von Ticketfrog ist es, mit seinem «disruptiven» Businessmodell den von den Grossen dominierten, «trägen und überteuerten» Ticketingmarkt zu revolutionieren und das Doodle des Onlineticketings zu werden.

## Kostenloses Ticketing dank Werbepartnern

Das disruptive Geschäftsmodell von Ticketfrog steht sinnbildlich für die Bewegung im Markt. Das Konzept des Oltner Start-ups ist simpel: Weder beim Ticketkäufer noch beim Veranstalter werden Gebühren erhoben. Damit entfallen die in der Branche üblichen Kostentreiber, wie beispielsweise Ticketverkaufsgebühren, Servicegebühren und Kreditkartengebühren. Der Ticketkäufer bezahlt bei Ticketfrog für sein Ticket genau den Preis, der vom Veranstalter im Vorfeld festgelegt wurde und ihm letztlich auch vollumfänglich ausbezahlt wird. Dies wird von Ticketfrog über den Verkauf von Gutscheinflächen auf den Tickets finanziert. Damit bringt Ticketfrog eine dritte Zielgruppe ins Spiel, die das Geschäftsmodell trägt und ebenfalls davon profitieren soll: die Werbepartner.

## Das «Doodle des Ticketings»

Entsprungen ist das Unternehmen aus der My-Sign AG, die seit 19 Jahren erfolgreich als E-Commerce-Agentur und Softwarehaus tätig ist. Ein ehemaliger Mitarbeiter der Firma suchte ein kostengünstiges Ticketing, da sich sein Verein kein kostenpflichtiges Onlineticketing leisten konnte. Mit der Überzeugung, dass man mit einem abgeänderten Businessmodell eine komplett kostenlose Ticketingplattform anbieten könnte, entstand die Idee von Ticketfrog im Rahmen eines Innovations-Workshops. Danach wurde die Plattform innerhalb eines Projektteams der My-Sign AG weiterentwickelt.

Die Vision von Ticketfrog ist es, «zum Doodle des Ticketings» zu werden. Ähnlich, wie man heute bei der Online-Terminplanung an Doodle denkt, soll Ticketfrog in den Köpfen der Veranstalter als bestmögliche Lösung verankert werden, wenn es um den Verkauf von Tickets geht.

## Für Veranstalter schnell und unkompliziert

Ticketfrog richtet sich primär an Veranstalter von kleinen und mittelgrossen Events, die teilweise noch gar keinen Onlineticketverkauf durchführten oder sich einen Vorverkauf aufgrund von hohen Gebühren bisher nicht leisten konnten (oder wollten). Gerade hier ist das Angebot von Ticketfrog konkurrenzlos. Denn im Gegensatz zu anderen Anbietern ist Ticketfrog auch für Veranstalter von Gratis-Anlässen oder günstigen Veranstaltungen attraktiv.

Die Plattform ist intuitiv zu bedienen, stellt alle üblichen Funktionen zur Verfügung und bietet dem Veranstalter die Möglichkeit, einen Event innerhalb weniger Minuten zu erfassen und den Vorverkauf selbstständig zu starten. Dies inklusive Zahlungsabwicklung über alle gängigen Zahlungsarten, wobei Ticketfrog auch diese Kosten für den Veranstalter übernimmt. Veranstaltungen mit Sitzplätzen können mittels individuell gestalteten Saalplänen unkompliziert erfasst werden, was dem Veranstalter einen sitzplatzgenauen Verkauf ermöglicht. Ausserdem müssen die Veranstalter nicht auf ihre physischen Vorverkaufsstellen verzichten und können Vorverkaufsstellen erfassen. Das Einlassmanagement wird dank der kostenlosen Smartphone-App «Entry» professionalisiert und der Veranstalter dadurch auch gleich vor Missbrauch geschützt. Zusätzlich verringern umfangreiche Statistiken den administrativen Aufwand für die Veranstalter.

Eine Besonderheit für Veranstalter ist das Erfassen eigener Gutscheine. Bringen Veranstalter ihre eigenen Sponsoren auf ihr Ticket, können sie mit Ticketfrog sogar Mehreinnahmen in Form von Provisionen generieren. Veranstalter reduzieren also mit dem Onlineverkauf und der Zahlungsabwicklung via Ticketfrog ihren administrativen Aufwand und erhöhen gleichzeitig die Einnahmen aus dem Vorverkauf.

## Zielgruppengenaues Sponsoring

Ticketfrog bietet Unternehmen die Möglichkeit, als Partner zielgruppengenaue Werbung auf den Tickets zu platzieren. Die Werbeflächen können in Form von Gutscheinen genutzt werden, da diese einerseits den Ticketkäufern einen Mehrwert bieten und andererseits von den Werbern als Massnahme zur Umsatzsteigerung eingesetzt werden können. Der Einsatz von Gutscheinen

**Poetry Slam Schweizermeisterschaften TEAMFINAL**

Datum: Fr, 24. März 2017  
 Zeit: 21:30 Uhr  
 Preis: 25.00 CHF

Ort: Kulturzentrum Schützi

Teamfinal Stehplatz  
 [ ] Studis, Lehrlinge (20.00 CHF)

Ticket-ID 12345ABCDE

**art i.g.**  
 Partner für Kunst & Kultur

**ticketfrog**  
 Gebührenfreies Online-Ticketing

ticketfrog.ch

## Deine Gutscheine

 <p><b>20.-</b> Auf alle Weine &amp; Champagner ab Fr. 60.-</p> <p>Gültig bis 26. März 2017. Nicht kumulierbar mit anderen Gutscheinen oder Geschenkkarten.</p> <p><b>TERMINUS</b></p>	 <p><b>50%</b> Auf alle Flaschenbiere.</p> <p>Gültig bis 31. März 2017. Nicht kumulierbar mit Gutscheinen und nur 1 Flasche pro Coupon.</p> <p><b>Gryffe</b></p>	 <p><b>10.- Rabatt</b> auf das ganze Sortiment</p> <p>Gültig bis 30. April 2017. Ab Mindest-Einkaufswert von Fr. 50.-. Auf das vorhandene, reguläre Sortiment auf weltbild.ch und in allen Weltbild-Fillialen in der CH, ausgenommen Geschenkkarten und Smartboxen. Der Gutschein ist nur einmal einlösbar, nicht kumulierbar.</p> <p>My Aktionscode: tick317</p> <p><b>Weltbild</b></p>
 <p><b>50% Rabatt</b> auf dein erstes DREI TANNEN BIER, dem Kult-Bier aus Olten.</p> <p>Gültig bis 30. Juni 2017. Nur ein Gutschein pro Person, nicht kumulierbar mit anderen Gutscheinen.</p> <p><b>BAR GALICIA</b></p>	 <p><b>10.-</b> Auf das ganze Sortiment.</p> <p>Gültig bis 30. April 2017. Nur für Einkäufe ab Fr. 100.-. Nicht kumulierbar mit anderen Gutscheinen.</p> <p><b>MADURO</b> CIGARS &amp; MORE</p>	 <p><b>10.- Rabatt</b> auf coole und spannende Erlebnisse in der Schweiz.</p> <p>Gültig bis 31. Dezember 2017. Mindesteinkauf 80 €.</p> <p>Gutscheincode: ticketfrog</p> <p><b>LocalBini</b></p>

Ein Ticket von Ticketfrog: Im oberen Drittel stehen die Eventinformationen. Unterhalb davon befinden sich sechs Gutscheine, die von Werbepartnern platziert werden und den Ticketkäufern einen Mehrwert bieten.

schaft für die Gutscheinpartner auch eine genaue Messbarkeit ihrer Werbemaßnahme.

Es wird zwischen drei Arten von Werbepartnern unterschieden: Die erste Gruppe bilden Werbepartner, die direkt via Ticketfrog ein Kontingent erwerben und ihre Gutscheine mittels zielgruppengenaum Targeting in einem bestimmten Gebiet und/oder in einem bestimmten Genre platzieren.

Die zweite Gruppe bilden Werbepartner, die durch den Veranstalter vermittelt werden, wie beispielsweise Sponsoren von Veranstaltungen. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass sie ihre Gutscheine lediglich auf dem Event des Veranstalters plat-

zieren wollen und das Zielpublikum der Veranstaltung genau kennen. Zu dieser Gruppe gehören etwa regionale Geschäfte sowie Sponsoringpartner der Veranstalter.

Die dritte Gruppe bilden Veranstalter, die mit Gutscheinen den Umsatz an ihrem eigenen Event ankurbeln (Konsumationsgutschein) oder für kommende Events werben wollen.

Ticketfrog bietet für alle drei Gruppen eine Lösung, um den Umsatz vor, während oder nach der Veranstaltung zu erhöhen. Zusätzlich profitieren Werbepartner von einem emotionalen Werbeträger, einer langen Werbewirksamkeit mit mehreren Touchpoints und einem positiven Umfeld zur Aufnahme ihrer Werbebotschaft.

## Partnerangebote für Veranstalter

Eine weitere Möglichkeit, sich zu präsentieren, haben Werbepartner im Veranstalter-Cockpit. Unter dem Menüpunkt «Partnerangebote» werden für Veranstalter passende Zusatzangebote platziert, welche die Durchführung einer Veranstaltung erleichtern, sprich Angebote rund um das Veranstalterbusiness. Darunter können sich beispielsweise Angebote für einen vergünstigten Druck eines Flyers, ein Rabatt-Code eines Getränkelieferanten oder die vergünstigte Vermietung von Ton- und Lichttechnik befinden.

## Ein Novum für Ticketkäufer

Ausser Veranstaltern und Werbepartnern können sich auch die Ticketkäufer über das neuartige Geschäftsmodell freuen. Sie profitieren abgesehen von einem einfachen Online-Bestellvorgang von günstigeren Ticketpreisen, weil keine Gebühren auf sie überwältigt werden. Die Gutscheine auf den Tickets werden zudem zielgruppenspezifisch ausgespielt. Sie sind somit massgeschneidert auf die Käufer abgestimmt und bieten den Ticketbesitzern damit einen echten Mehrwert.

## Grosses Potenzial

Innerhalb des ersten halben Jahres haben bereits viele Veranstalter die Ticketingplattform genutzt und dabei mehrere hunderttausend Tickets auf Ticketfrog angeboten. Das Bedürfnis nach einer kostenlosen Ticketingplattform ist offensichtlich vorhanden.

In Expertenkreisen wurde das Potenzial von Ticketfrog ebenfalls erkannt. Ticketfrog wurde im November 2016 mit dem «InnoPrix SoBa 2016» ausgezeichnet, einem Innovationspreis, der im Kanton Solothurn jährlich vergeben wird. Zudem wurde das Start-up aus rund 400 eingereichten Projekten als eines von zehn Anwärtern für den «Master of Swiss Web» nominiert. Die finanzielle Unterstützung durch Investoren, die dem Start-up ein schnelleres Wachstum ermöglichten, spricht ebenfalls für das junge Unternehmen, das die gesteckten Ziele bisher deutlich übertroffen hat.

## Ticketfrog AG

Neuhardstrasse 38  
 4600 Olten  
 Telefon 062 206 77 00  
 info@ticketfrog.ch  
 www.ticketfrog.ch