

WERBEFINANZIERTES TICKETING

Ticketfrog sichert sich die erste Finanzierungsrunde

von Markus Knöpfli
Montag, 03. Oktober 2016



Foto: zvg.

Neues Businessmodell: Dank Gutscheinen auf Tickets ist Ticketfrog für Veranstalter und Ticket-Käufer ein vollständig gebührenfreier Ticketingservice.

Die gebührenfreie Online-Ticketing-Plattform Ticketfrog kann zwei Monate nach der Firmengründung dank erfolgreicher Finanzierungsrunde ihr sechsköpfiges Team auf 14 Personen ausbauen.

Um in den kommenden zwölf Monaten einerseits die Plattform weiterzuentwickeln und andererseits auch im Marketing und Verkauf mehr Kraft zu haben, kann die gebührenfreie Online-Ticketing-Plattform Ticketfrog ihr Personal aufstocken - von derzeit sechs auf 14 Personen. Dies dank einer Investoren, die dem Start-up zwei Monate nach dessen Gründung zusätzliches Geld zur Verfügung stellten.

Die Businessidee für eine komplett gebührenfreie Online-Ticketing-Plattform für kleine und mittlere Veranstalter entstand vor zwei Jahren. Die drei Gründer Mike Müller, Reto Baumgartner und Urs Koller tätigten die Vorinvestition aus eigenen Mitteln und innerhalb der bestehenden Strukturen ihrer E-Commerce-Agentur MySign. "Dass wir so rasch bedeutende Investoren ins Boot holen konnten, beweist, dass wir mit unserem komplett kostenlosen Ticketing-Dienst eine vielversprechende Idee verfolgen. Und die vielen Veranstalter, die bereits heute ihr Ticketing über Ticketfrog abwickeln und deren überaus positives Feedback zeigen, dass wir mit unserem einfachen, gebührenfreien Ticketing ein äusserst attraktives Produkt für kleine und mittlere Veranstaltungen kreiert haben."

Im Unterschied zu allen anderen Ticketing-Anbietern auf dem Markt, verlangt Ticketfrog weder vom Veranstalter noch vom Ticketkäufer irgendwelche Gebühren oder Fixkosten. Dazu Müller: "Wir übernehmen sogar die Kreditkartengebühren! Der Veranstalter erhält somit 100 Prozent der Ticketeinnahmen. Die erste Reaktion der Veranstalter ist immer: Wo ist der Haken?"

Tatsächlich finanziert sich Ticketfrog über Gutscheine auf den Tickets. Und dies ist vielversprechend, denn man weiss einiges über die Ticketkäufer und die Art der Veranstaltung. Was zielgruppenaffines Werben ermöglicht. Zudem gelten Gutscheine heute als eine Werbform, die direkt Kaufimpulse auszulösen vermag und klar messbar ist.