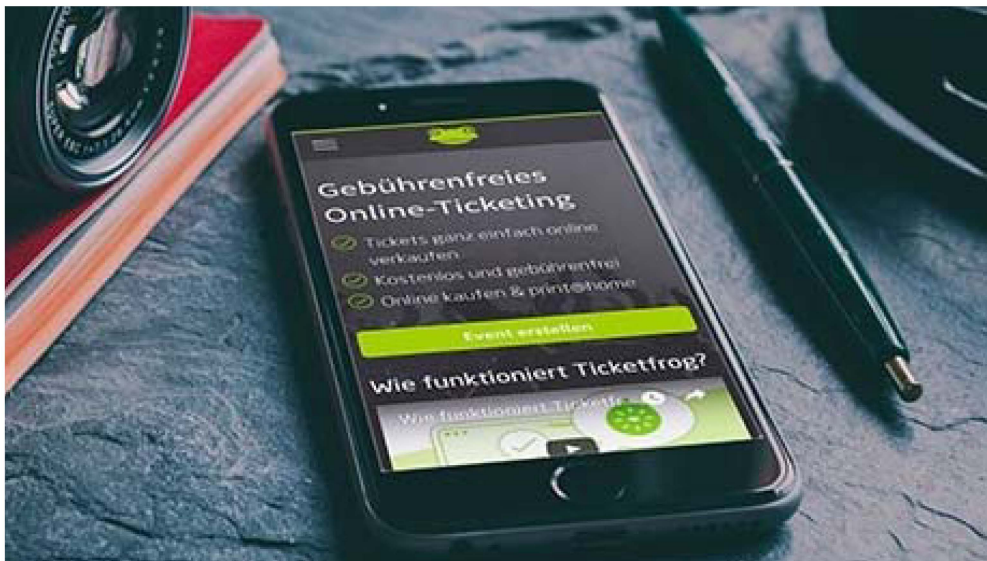


# Ticketfrog AG übernimmt die Zürcher Konkurrenz Instahive

az Solothurner Zeitung • 4.1.2017 um 18:00 Uhr



Das gebührenfreie Ticketfrog hat seit dem 1.1.2017 die Ticketing-Aktivitäten von Instahive übernommen. © zvg

**Mit dem ersten Januar hat das Oltner Startup Ticketfrog AG seine Zürcher Konkurrenz Instahive übernommen. Damit stärkt das Unternehmen seine Position im Vorverkaufsmarkt insbesondere bei kleinen und mittelgrossen Veranstaltungen.**

Das Startup Ticketfrog mischt mit seinem komplett gebührenfreien Businessmodell den Schweizer Ticketing-Markt weiter auf. Seit dem ersten Januar 2017 werden die Ticketing-Aktivitäten des Zürcher Mitbewerbers Instahive, ein Pionier im Schweizer Self-Service-Ticketing Markt, in die Plattform von Ticketfrog integriert.

Wie Ticketfrog mitteilt, erhalten Veranstalter wie das Baur au Lac, der Club Exil, das Kongresshaus Zürich und hunderte weitere, die bisher mit Instahive zusammengearbeitet haben, damit eine der technisch fortschrittlichsten und erst noch komplett kostenlosen Vorverkaufs- und Ticketinglösungen auf dem Markt.

## Zukunftsweisende Nachfolgelösung für Instahive

Mit der Übernahme von Instahive stärkt Ticketfrog seine Positionierung im Vorverkaufsmarkt für kleine bis mittelgrosse Veranstaltungen.

«Wir sind sehr glücklich, unseren treuen Kunden mit Ticketfrog eine verlässliche und agile Nachfolgelösung bieten zu können. Zudem basiert diese Ticketinglösung auf denselben Werten und Ideen wie die unsere, entwickelt sich aber wesentlich schneller weiter» erklärt Marc Vontobel, Mitgründer von Instahive.

## Komplett kostenloser Service für Veranstalter und Ticketkäufer

Während sich ein Vorverkauf für viele kleine und mittelgrosse Veranstaltungen auf gängigen Plattformen aufgrund der hohen Gebühren und dem Mindestabsatz nicht lohnt, bietet Ticketfrog seinen Service sowohl für Ticketkäufer wie auch Veranstalter kostenlos an. Sogar die Kreditkartengebühren werden vom Plattformbetreiber beglichen.

## Wie Ticketfrog entstand

Das Startup Ticketfrog entstand aus einem Innovationsprojekt der E-Commerce Agentur MySign AG und wurde im Sommer 2016 als eigenständige AG gegründet. Kurz darauf konnte eine erste Finanzierungsrunde gesichert werden. Das ursprünglich 6-köpfige Ticketfrog-Team konnte inzwischen auf 10 Personen vergrössert werden und wird in den kommenden Monaten noch weiter wachsen.

Im Kern des Businessmodells steht eine Finanzierung via zielgruppengenaue Werbung und nicht wie bei allen anderen Ticketing-Anbietern via Gebühren auf den Tickets. Dadurch ist Ticketfrog für Veranstalter, Ticketkäufer und Werber eine sehr attraktive Plattform.

Inzwischen werden monatlich über 50'000 Tickets auf Ticketfrog aufgeschaltet und zum Verkauf angeboten. Eine Auszeichnung für die disruptive Businessidee erhielt Ticketfrog kürzlich mit dem Gewinn des Innovationspreises InnoPrix Baloise Soba 2016. (mgt)