

## Ticketfrog AG



### Facts & Figures

*Name des Unternehmens:* Ticketfrog AG

*Gründungsjahr:* 2016

*Gründer:* Reto Baumgartner, Mike Müller & Urs Koller (v.l.n.r. auf dem Foto)

*Bezug zur HSG:* Urs Koller ist lic. oec. HSG, Abschluss 1994 mit Vertiefungsrichtung Risikomanagement & Versicherung

*Branche:* Internet / E-Commerce / Software

*Anzahl Mitarbeiter:* 8 [Ziel Q2/2017: 14 Mitarbeiter]

*Website:* <https://ticketfrog.ch/>

#### 1. Die Geschäftsidee:

«Wir wollen das Doodle im Ticketing-Markt werden»

Das einzigartige an unserem Angebot ist, dass Ticketfrog für den Veranstalter komplett kostenlos ist. Komplett kostenlos bedeutet in diesem Zusammenhang, dass Ticketfrog auch allfällige Kreditkarten-Gebühren für den Veranstalter übernimmt und sie auch nicht an den Ticketkäufer überwälzt.

Das Ticketfrog zu Grunde liegende Geschäftsmodell ist disruptiv und hat das Potential den Online-Ticketing-Markt fundamental zu verändern. Ticketfrog finanziert sich über ein innovatives Werbekonzept mit zielgenauen, attraktiven Werbeplatzierungen, während die Mitbewerber sich ausschliesslich über das klassische Modell «Provisionen aus dem Ticketverkauf» finanzieren.

Das Ticketfrog Geschäftsmodell ist ein WIN-WIN-WIN Modell, bei welchem der Veranstalter, der Werbepartner und der Ticketkäufer gleichermaßen profitieren.

#### 2. Das Beste an der Selbstständigkeit:

Nach fünf Jahren im internationalen Versicherungsgeschäft habe ich im Jahr 2000 mit AgriGate, dem Portal zur Agrarwirtschaft, mein erstes E-Commerce Start-up gegründet. Obwohl AgriGate nicht den gewünschten Erfolg brachte, ermöglichte es mir den Einstieg

ins Unternehmertum. Im Jahr 2006 konnte ich mich an der MySign AG beteiligen und führe, zusammen mit meinen beiden Geschäftspartnern Mike Müller und Reto Baumgartner, erfolgreich die Agentur mit eigenem Softwarehaus mit heute über 50 Mitarbeitenden.

Die unternehmerischen Freiheiten, selber zu gestalten und zu bestimmen sowie die Möglichkeit immer wieder Neues anzupacken, sind das Beste an der Selbständigkeit.

Dank unserer Innovationskraft und den umfassenden Kompetenzen unter einem Dach konnten wir in den letzten Jahren verschiedene Start-ups erfolgreich lancieren:

2006: Linsenmax AG – Der günstige Kontaktlinsenshop

2009: VJii Productions AG – Professionelle Videoproduktionen

2016: Ticketfrog AG – Gebührenfreies Online-Ticketing

### **3. Die wertvollste Erfahrung:**

Die wertvollsten unternehmerischen Erfahrungen sammelte ich jeweils im «Misserfolg» – wenn der Markt einem Monopol gleicht und keinen Wettbewerb zulässt oder die Finanzen knapp werden und saniert werden muss.

Wertvoll sind auch immer die Erfahrungen der Mitarbeitenden – wenn man deren Vertrauen und Motivation gewinnt, dann ist sehr viel möglich.

### **4. Die grösste Herausforderung:**

Die richtigen Talente für die Idee/Unternehmung zu finden und diese auch für sich gewinnen zu können, ist sicher eine der grössten Herausforderungen. Auf anfangs 2017 werden wir bei Ticketfrog und MySign Holacracy einführen. Wir sind davon überzeugt, dass wir mit dieser Selbstorganisationsform auch als Arbeitgeber attraktiver werden.

### **5. Ein Tipp für künftige Gründer:**

Um erfolgreich ein Unternehmen zu gründen, braucht es immer mindestens drei Zutaten:

- eine gute Idee, welche ein klares Marktpotenzial hat.
- ein interdisziplinäres Team, das an die Idee glaubt und sich voll und mit viel Herzblut engagiert.
- Durchhaltewille, denn der Weg zum Ziel beinhaltet oft viele Umwege.

### **6. Dafür bin ich der HSG dankbar:**

Ich bin für vieles dankbar... besonders hervorheben möchte ich ein paar wunderbare Freundschaften aus der Studienzeit und das HSG Alumni Netzwerk, wo ich Kontakte pflege und mich gerne mit Gleichgesinnten austausche. Persönlich habe ich gelernt mich zu fokussieren, Prioritäten zu setzen und «last but not least» durchzuhalten.

### **7. Ziele für das kommende Jahr (2017):**

Die ambitionierten Zielsetzungen unseres Businessplanes zu erfüllen, indem wir die Online-Ticketing Plattform weiter ausbauen, das Mobile-Ticketing einführen, abertausende Veranstaltungen durchführen, das zielgruppenspezifische Werbekonzept etablieren und die für das rasante Wachstum notwendigen Finanzierungen erfolgreich realisieren können.

*Die Fragen wurden von HSG-Alumnus Urs Koller beantwortet.*

