

startup

# Das Doodle des Ticketing

**Ticketfrog** Das Oltner Jungunternehmen bietet für Events eine gebührenfreie Ticket-Abwicklung an. Erträge erzielt das Startup mit Werbung auf Eintrittskarten.

ANDREAS GÜNTERT

## ► Die Business-Idee

Justin Bieber im Berner Stade de Suisse. Aerosmith im Hallenstadion Zürich. Eishockey-Play-offs, Klassik-Events, Comedy-stars und Sommerfestivals ohne Ende: Auch 2017 wird den Ticketanbietern viel Arbeit und Umsatz bringen. 21 Millionen Veranstaltungstickets, so wird geschätzt, werden in der Schweiz jährlich abgesetzt. Mike Müller sieht das anders: «Diese 21 Millionen Tickets sind nur die sichtbare Hälfte des Eisbergs», sagt der Geschäftsführer und Technologiechef des Oltner Startup Ticketfrog. Seine Firma kümmert sich um die unsichtbare Hälfte: «Abgesehen von den grossen Anlässen gibt es wohl noch einmal zwanzig Millionen Eintrittskarten, die nicht über die etablierten Kanäle laufen.»

Damit meint Müller all die kleinen und mittleren Events im Lande, von Weiterbildungskursen und «Turnerchränzli» über Firmenanlässe und Theaterabende bis hin zu Sport-Events der unteren Ligen. Für diese semiprofessionellen Anlässe stellt das Mitte 2016 gegründete solothurnische Unternehmen eine Ticketing-Lösung bereit, welche die Veranstalter kostenlos nutzen können. Die Oltner nehmen so den Event-Organisatoren viel Arbeit ab. Im Gegenzug lebt Ticketfrog von der Werbung auf den Tickets. Firmen wie Fust, Erdgas Schweiz, Moneypark und Swisscom hätten davon bisher schon Gebrauch gemacht. Über die App «Ticketfrog Entry» haben Veranstalter zudem die Möglichkeit, die Einlasskontrolle elektronisch zu überwachen. Auch dieser Dienst ist kostenlos.

## ► Die Gründer

Die Gründer Mike Müller (45), Reto Baumgartner (Kommunikation, 45) und Urs Koller (Verkauf, 48) sind eingespielt; das Trio leitet auch die Oltner E-Commerce-Agentur MySign, die seit 1998 existiert. Die drei «Webdenker», wie sie sich selber nennen, führen mit MySign-Angestellten regelmässig «Innoweeks» durch. An einem solchen Event ist die Idee für Ticketfrog entstanden.

## ► Der Markt

«Wir wollen», sagt Mike Müller (zwar bekannt, aber nicht verwandt mit dem gleichnamigen Schauspieler aus Olten), «das Doodle des Ticketing» werden. Müller bezieht sich auf die Schweizer Terminfinder-Plattform, weil man auch mit dem eigenen Ticketing-Service darauf abziele, ein «kostenloser Problemlöser» zu sein. Mit dem Ansatz, auf kleinere und mittlere Veranstaltungen abzu zielen, bearbeite



«20 Millionen Eintrittskarten laufen über nicht etablierte Kanäle in der Schweiz.»

Urs Koller, Mike Müller und Reto Baumgartner Ticketfrog

man einen «brachliegenden Markt», ist Müller überzeugt. Attraktiv ist die Ticket-Werbeform auch für lokale Anbieter, die beispielsweise über Vergünstigungscoupons ohne Streuverlust an ihre Kundschaft kommen. Oder für Sponsoren der jeweiligen Events, die vor Ort einen Verkaufspunkt aufgebaut haben. Von der Firmen-gründung Mitte 2016 bis Ende 2016 seien schon mehr als 150 000 Billette über den Ticketfrog-Kanal gelaufen, sagt Müller. Der grösste Event war die «Schlagernacht» in Olten mit 3800 Eintritten.

## ► Das Kapital

Allzu sehr wollen sich die Ticketfrösche nicht in die Schatulle schauen lassen. Gemäss Müller liegt die Mehrheit beim Gründungstrio, daneben sind zwei externe Financiers «im tiefen siebenstelligen Bereich» investiert. Man sei in der glücklichen Lage, dass diese zwei Privatpersonen wohl auch bei der nächsten Finanzierungsrunde dabei sein wollen, die im Frühling 2017 stattfindet. Die drei Gründer rechnen noch mit zwei bis drei weiteren Finanzierungsrunden. «Das System beginnt ab einer gewissen Grösse zu rentieren», sagt Müller. Ein Zeitraum von fünf bis zehn Jahren sei aber zu gross: «Wir wollen schneller sein.»

## DAS MEINT DER EXPERTE



«Ein interessantes Geschäftsmodell. Es lebt nicht von Gebühren, sondern von Werbeeinnahmen. Und es zapft den Long Tail des Event-Marktes an: Auch hier macht Kleinvieh viel Mist.»

Nicolas Berg  
Unternehmer und  
Startup-Coach

## ► Die Chance

Per Jahresbeginn hat Ticketfrog bereits die erste Akquisition seiner jungen Firmengeschichte getätigt. Durch die Übernahme des Zürcher Ticketing-Anbieters Instahive sehen sich die Oltner auf gutem Kurs. Man könne so die Unternehmensziele schneller und konsequenter verfolgen. Zudem komme man durch Instahive verstärkt auch für Veranstaltungen im Grossraum Zürich ins Geschäft. Aktuell würden nun monatlich über 50 000 Tickets über die Ticketfrog-Plattform angeboten, das Team bestehe jetzt aus zehn Mitarbeitern, zwei weitere stünden kurz vor der Anstellung.

Die Entwicklung bleibt spannend, auch vor dem Hintergrund der Fusion der beiden grössten Schweizer Eintrittskartenvermittler Ticketcorner und Starticket. Kommt dazu, dass der US-Riese Ticketmaster wohl hierzulande Boden gewinnen will. Aber vor den grossen Ticketing-Anbietern fürchtet man sich in Olten nicht, «weil diese unseren Markt der mittleren und kleineren Veranstaltungen kaum auf dem Radar haben», wie Müller sagt. Eine andere Unsicherheit aber besteht. Eine, die sich in einer ganzen Reihe von Märkten zeigt: «Deutlich mehr Respekt haben wir davor, was Tech-Giganten wie Google und Facebook allenfalls in petto haben könnten.»

# Update

## Offertube

**Rückblende** Über das Online-Portal Offertube.ch, das damals Offert-Anfragen von Firmen und Privatpersonen an qualifizierte Dienstleister vermittelte, haben wir im Januar 2015 in der «Handelszeitung» berichtet. Seither hat sich beim gleichnamigen Startup in Däniken SO, das die automatisch funktionierende Plattform betreibt, einiges getan. Die Bekanntheit des «Broker-Roboters» konnte merklich gesteigert werden. Die Anzahl der registrierten Firmen hat sich inzwischen verdoppelt. Dazu beigetragen haben Marketingmassnahmen und die optische und funktionale Verbesserung der Plattform. Deren Benutzerfreundlichkeit wurde unter anderem mithilfe einer mit der Universität Basel durchgeführten Eye-Tracking-Studie optimiert.



Marius Maissen und Thomas Rohr: Sanfte Neuausrichtung.

## 6 Mitarbeiter arbeiten im Startup

**Branchenerweiterung** Bis zum Herbst 2015 war Offertube.ch ein reines Portal für Dienstleistungen. Nach wiederholten Kundenanfragen entschied man sich, das Portal auf Handwerker aus dem Bauhaupt- und -neben-gewerbe sowie auf diverse Produkte aus dem Bürobereich (Drucker, Telefonanlagen) aus-zudehnen. «Dieser Strategie-wechsel hat sich gelohnt, denn heute kommt ein grosser Teil der Offert-Anfragen aus diesen neuen Branchen», erklärt Marketingleiter Marius Maissen. Entsprechend wurde die Kommunikation angepasst. Der Slogan «Offertube.ch – Offerten, die passen» wurde durch «Offertube.ch – Handwerker und Dienstleister» ersetzt.

► **STARTUP-BLOG**  
Startup-Porträts und News aus der Gründerszene:  
[handelszeitung.ch/blog/startup](http://handelszeitung.ch/blog/startup)

ANZEIGE

## SWISS CFO DAY

KONGRESSHAUS ZÜRICH 16. 01. 2017

NAVIGATING THROUGH DISRUPTIVE FINANCIAL TECHNOLOGIES - DER CFO UND SEIN GELD IM DIGITALEN ZEITALTER

## HERZLICHE GRATULATION

Das CFO Forum Schweiz – CFOs gratuliert den Preisträgern zum CFO of the Year Award 2017 in folgenden Kategorien:

SMI	ROLAND IFF GEBERIT AG	
SPI EXTRA	DR. DIETER WEISSKOPF LINDT & SPRÜNGLI AG	
CFO FORUM SCHWEIZ	JÖRG RIBONI EMMI AG	

Der Award wurde im Rahmen des Swiss CFO Day zum achten Mal verliehen. Impressionen und Eindrücke unter [www.swisscfo.ch](http://www.swisscfo.ch)

Veranstalter:  
**CFOs**

Event-Partner:  
**Deloitte**

Multimediapartner:  
**audiopi**

Preis-sponsoren:  
GLÄNDWEISSE  
**IWC**  
SCHAFFHAUSEN

Sponsoren:  
**SIEMENS**  
Ingenieur für alle  
**visana**  
Drooms  
**die post**

**swisslinx**

Premium Partner:  
**CREDIT SUISSE**

Event-Partner:  
**ORACLE**

Hochschulpartner:  
HOCHSCHULE  
LUZERN

Medienpartner:  
**FINANZ**  
WIRTSCHAFT  
Handelszeitung

**swisslinx**

**FLUOR HERTHES**