

Hamburg

WELT am SONNTAG | 95

Die Start-up-Companys sind zurück

Nach der beispiellosen Talfahrt ab 2001 regt sich Leben in der Internet-Branche. In Hamburg wagen wieder erste Existenzgründer den Sprung ins Netz

Von Jürgen Hoffmann

DIE NEW ECONOMY LEBT! Keine schweren Köpfe mehr. Business as usual. Mittlerweile werden im elektronischen Dorf wieder richtige Geschäfte gemacht und Milliarden-Umsätze erzielt. Und auch Existenzgründer wagen wieder den Sprung ins Netz.

Auch der Hamburger Tipp24 AG, 1999 gegründet, geht es nach der Krise wieder gut: Das Unternehmen mit 100 Mitarbeitern, das Lotto im Internet ermöglicht, verbuchte im Jahr 2003 einen Bruttoumsatz von immerhin gut 100 Millionen Euro. Als Marktführer im Online-Segment mit fast 900 000 Kunden schreibt man längst schwarze Zahlen.

Die Genesung des Internet-Business lockt nun auch wieder Firmengründer an. Ein Beispiel: die Bahrenfelder Start-up-Company Winkontor24.de. Sie vermittelt die Teilnahme an Gewinnspielen im Netz. Gründer Thomas Ott will „rund 10 000 neue Kunden monatlich gewinnen“. Er ist Vorstand der Sales Kontor Hamburg AG (40 Mitarbeiter, Umsatz 2004: rund drei Millionen Euro), zu der neben Winkontor 24 auch das Ladengeschäft Schnäppchen-Kontor24 in der Gasstraße gehört. Thomas Ott und sein Partner Sven Kowitzke versprechen ihren Kunden, sie für drei Euro im Monat vier Wochen lang an 100 Gewinnspielen im Internet teilzunehmen, die besonders attraktive Preise verlosen.

Das Prinzip ist fast überall das Gleiche: Der Kunde gibt dem Gewinnspiel-Vermittler seine Daten: Name und Anschrift, Geburtsdatum und E-Mail-Adresse. Dafür nutzt er entweder ein elektronisches Formular oder eine Postkarte. Der Vermittler speichert die Angaben in seiner Datenbank, sucht im Internet nach Gewinnspielen und meldet seine Kunden als Teilnehmer an. Der Vorteil für den Kunden: Er nimmt – auch ohne eigenen Internet-Anschluß – kostenlos oder für kleines Geld automatisch an mehreren Gewinn-

spielen teil, hat die Chance auf Preise vom Picknickkorb über Hotelgutscheine bis zum Mini Cabriolet.

Natürlich will der Gründer möglichst schnell möglichst viele Kunden generieren, „um das Wachstum aus dem Cashflow finanzieren zu können“. Trotz nur 50 000 Euro Startbudget peilt er für 2005 einen Umsatz von 2,5 Millionen Euro an. Klaus Uffmann, Geschäftsführer der Agentur CG-Partner, die von Ott mit der Online- und Offline-Werbung und dem Vertrieb beauftragt wurde: „Im Internet ein Geschäft zu gründen, ist häufig weder teuer noch kompliziert. Die Kunst ist es allerdings, schnell viele Kunden zu gewinnen, diese mit soliden Leistungen zu halten und an die Webseite zu binden.“

Auch Uwe Jens Neumann von der Wirtschaftsförderungsinitiative Hamburg@work beobachtet eine Renaissance des Internets als Marktplatz für Entrepreneurs: „Es

herrscht wieder Unternehmergeist. Die Internetbranche ist erwachsen geworden und die Firmenchefs setzen heute auf die Kombination von traditionellen Werten und den Stärken der neuen Medien wie Tempo, Transparenz und Globalität.“

Thomas Ott gründete die Bahrenfelder Internet-Firma Winkontor24. Sie vermittelt die Teilnahme an Gewinnspielen

