

Contest: „Start Up - Champ of the Camp“

Start Up:

wergehthin.de betreibt eine Empfehlungsplattform für Freizeitangebote in europäischen Großstädten und Ballungsräumen.

Kurzvorstellung des Teams

Peter Falk: Dipl.-Kfm., Managementenerfahrung in Gastronomie & Supply Chain Management
Christian Dommers: Dipl.-Kfm., Gründungserfahrung im Entertainmentsektor (Musik, Radio, Events), Erfahrung in Unternehmensberatung (M&A, Restrukturierung)
Weitere Mitgründer unterstützen das Management mit Know-how & Kontakten: Tino Keller, Manuel Weisbrod, Philipp Weidenhiller: Gründer & GF der spickmich GmbH, spickmich.de
Oliver Zeisberger: Gründer & GF barracuda GmbH, Spezialist für Online Wahlkämpfe

Die Idee

Die Entscheidung einen Event zu besuchen basiert zu 90% auf den Empfehlungen von Anderen. wergehthin.de empfiehlt seinen Usern Events und Locations in der Umgebung, die zum individuellen Geschmack passen und ist das bislang einzige Empfehlungssystem für Freizeitmöglichkeiten auf Basis kollektiver Intelligenz.

Den lokal ansässigen Anbietern von Freizeitangeboten (z.B. Veranstalter und Gastronomen) dient wergehthin.de als direkter Kanal zu ihren jeweiligen Zielgruppen vor Ort. Sie nutzen ihnz.B. für Ticketverkäufe und Gutschein-Angebote.

Entwicklungsstand / Umsetzung

wergehthin.de ist seit November 2008 online, beschränkt auf den Testmarkt Köln.

Januar 09: 10.000 Unique Visitor, In Köln bereits gleichauf mit allen etablierten Stadtmagazinen, 75% Visits über Suchmaschinen, 70% der Kölner Veranstalter sind bereits angemeldetes Mitglied und nutzen Plattform regelmäßig.

Erste Umsätze in der Direktvermarktung von Werbeflächen. Mehrere Veranstalter stehen als Testkunden für eine VIP-Ticketing-Lösung bereit.

Vision

wergehthin wird die meistgenutzte Quelle zur Freizeitinformation in europäischen Großstädten und Ballungsräumen.

Einnahmemodell

wergehthin schöpft Umsätze aus einem breiten Portfolio an Erlösquellen.

1. VIP-Ticketing: User kaufen Tickets für bestimmte Events bei wergehthin.de & zahlen Aufpreis für garantierten Einlass + Sonderleistung (z.B. Freigetränk)
2. Promotion: Direktvermarktung von Werbeflächen an Veranstalter & Gastronomen + Premiumfunktionen gegen monatliche Gebühr
3. Couponing-Lösungen: User zahlt monatliche Abogebühr zwecks Zugang zu Premium-Coupons von Gastronomen & Veranstaltern