

## Contest: „Start Up - Champ of the Camp“

**Start Up** Halbehalbe.at – WSW Internet Media GmbH

### **Kurzvorstellung des Teams**

Thomas Khom - Geschäftsführer: Geschäftsführung und zuständig für Strategie, Projektentwicklung, Online Marketing und Kooperationen Hr. Khom kann auf über 9 Jahre praktische Erfahrung in der Planung, Umsetzung, Entwicklung und Vermarktung von Internetanwendungen zurückblicken.

Gerhard Holzer: Mit Herrn Khom zuständig für Strategie, Offline Marketing und Controlling. Seit über 20 Jahre Managementenerfahrung in der IT und Werbebranche.

Axel Huber - Distribution: Seit über 20 Jahren in der Werbebranche, besitzt Herr Huber umfangreiches Know How in der Organisation, Konzeption und der Vermarktung von Projekten in den Bereichen Kommunal- und Regionalmarketing, Radiowerbung, sowie der Planung und Durchführung verschiedenster Messe- und Kongressveranstaltungen.

### **Die Idee**

Entwicklung, Betrieb und Vertrieb eines richtungsweisenden online-Distributionssystems für werthaltigen Gutscheine, Geschenkgutscheine und Couponing.

### **Entwicklungsstand / Umsetzung**

Gründungsphase 2007, das Portal wurde Anfang 2008 mit geringem Marketing aufwand gelauncht. Schwerpunkt 2008 war der Ausbau des Gutscheinangebots, entwickeln der White Label Lösung und Ende 2008 der webbasierten Kundenbindungsprogramme.

Derzeit laufen die Arbeiten an der Erweiterung des Systems Frontend wie auch Backend und integrieren von neuen Funktionen wie auch der geplante Start von halbehalbe.de

### **Vision**

Positionierung von halbehalbe.at und halbehalbe.de als „die“ Anlaufadresse für werthaltige preisreduzierte und Vollpreis Gutscheine. Die dafür entwickelte ecommerce Applikation als White Label Lösung bei Unternehmen etablieren, mit Kooperationspartner Themenportale launchen und das abbilden und bereitstellen von webbasierten Kundenbindungsprogrammen.

### **Einnahmemodell**

Das Einnahmenmodell setzt sich aus mehreren Faktoren zusammen zum einen aus der Transaktionsgebühr bei dem Gutscheinvertrieb aus den eigenen Portal wie auch den Kooperationsportalen. Den Einrichtungskosten, Mieterlösen und Wartungspauschalen der gehosteten White Label Lösungen. Wie den Kosten für das umsetzen und bereitstellen der Kundenbindungsprogramme.