



# Ticketfrog: Ein innovatives Businessmodell sorgt für Furore

**MK-STAR INNOVATION** Das Start-up «Ticketfrog» wurde beim MK-Stars-Voting als innovativstes Projekt gekürt. Die Ticketinglösung ist für Veranstalter und Ticketkäufer kostenlos und wird durch Werbung finanziert. Initiator Reto Baumgartner erklärt im Interview mit MK die Idee hinter dem Angebot.

VON SIMON WOLANIN

**MK** Zuerst der «Master of Swiss Web» und nun Sieger beim MK Stars in der Kategorie Innovation. Was bedeuten Ihnen diese Auszeichnungen?

**RETO BAUMGARTNER** Dass Ticketfrog bereits im ersten Jahr seines Bestehens einen Innovations-Award nach dem anderen abräumt, freut uns natürlich riesig! Es ist einerseits eine Bestätigung für uns, dass wir wirklich an einem sehr innovativen neuen Businessmodell dran sind, welches das Potenzial hat, den Ticketmarkt nachhaltig zu verändern. Andererseits haben solche Awards immer auch eine starke mediale Ausstrahlung, welche für uns als junges Start-up selbstverständlich sehr willkommen ist.

**MK** Was waren die Reaktionen, als Ihr Web-Projekt mit dem «Master of Swiss Web» ausgezeichnet wurde?

**BAUMGARTNER** Es war erst mal für alle eine riesengrosse Überraschung. Dass wir in der Kategorie Innovation Chancen auf Gold hatten, damit haben wir insgeheim gerechnet. Dass aber ein einjähriges Start-up neben all den grossen und bekannten Nominierten das Rennen um den Master gewinnt, war eine kleine Sensation und einmalig in der Geschichte des Best of Swiss Web Awards.

Entsprechend wurde uns auch sehr viel Sympathie entgegengebracht. Auf unserem Weg, in der Schweiz ein namhafter Player im Ticketingmarkt zu werden, hat es sicher auch einiges gebracht und letztlich war es für uns, unsere Investoren und Partner eine grosser Motivationskick.

**MK** Wie entstand die Idee für Ticketfrog?

**BAUMGARTNER** Die Idee für Ticketfrog entstand in unserer E-Commerce-Agentur MySign, dem eigentlichen Mutterhaus. MySign konzipiert und realisiert in erster Linie E-Commerce Lösungen für

Kunden. Daneben machen wir uns auch immer wieder Gedanken über mögliche neue Businessideen im digitalen Umfeld.

Die Ursprungsidee eines professionellen Ticketings für kleine und mittlere Events kam von einem Mitarbeiter. Wir prüften diese Idee, entwickelten Prototypen und machten uns Gedanken zu einem möglichen Businessmodell, welches eben nicht «me-too» ist, sondern sich im gesättigten Ticketingmarkt differenziert. Im Zuge dieser Überlegungen entstand dann die eigentliche Innovation von Ticketfrog: Eine Ticketinglösung, die für Veranstalter wie auch Ticketkäufer komplett kostenlos ist.

**MK** Was sind die innovativen Ansätze bei Ticketfrog?

**BAUMGARTNER** Als erstes das Businessmodell an sich. Es gibt weltweit unseres Wissens keinen anderen Ticketinganbieter, der sowohl für Veranstalter als auch Ticketkäufer komplett kostenlos ist und sogar die Kreditkartengebühren übernimmt.

Aber es geht noch weiter: Bei Ticketfrog kann ein Veranstalter quasi im «Self-Service» innert

Minuten seine Veranstaltung erfassen, einen Saalplan selbst erstellen, Ticketkategorien nach Belieben definieren, Zahlungsarten bestimmen und dann sofort mit dem Ticketverkauf starten. Ohne eine einzige Barriere wie bei den meisten anderen Anbietern.

**MK** Wie kommt Ticketfrog am Event zum Einsatz?

**BAUMGARTNER** Am Event selbst hat der Veranstalter eine Entry-App zur Verfügung, die er sich auf sein Smartphone laden und mit der er die Tickets scannen kann. Es lassen sich auch mehrere Smartphones koppeln, damit die Synchronisierung über mehrere Eingänge erfolgen kann. Live-Statistiken geben Auskunft darüber, wie viele und wer bereits am Event eingeklickt sind.

**MK** Wie viele Events nutzen Ticketfrog bereits?

**BAUMGARTNER** Zur Zeit sind es monatlich circa 300 neue Events, die publiziert werden, mit einem Ticketvolumen von rund 100 000. Wir wachsen aber immer noch sehr schnell, sodass diese Zahlen vermutlich bald wieder überholt sind.

**MK** Welche Events waren bisher Highlights?

**BAUMGARTNER** Es ist schwierig, ein Highlight hervorzuheben. Speziell gefreut hat uns, dass die Ausstellung Heimat des «Stapferhaus Lenzburg» sich für Ticketfrog entschieden hat. Für sie haben wir unsere Plattform sogar noch um ein wichtiges Feature, nämlich die Ticketbuchung für ein ganz bestimmtes Zeitfenster, erweitert.

Aber das eigentliche Highlight ist an sich die Breite an Events, die man bereits bei Ticketfrog findet. Wir haben sehr viele Vereinsanlässe und Sportveranstaltungen, aber auch Konzerte, Openairs, Theatervorstellungen sowie Business-events und sogar Privatveranstaltungen.

**MK** Welche weiteren Innovationen sind in Zukunft geplant?

**BAUMGARTNER** Das ist natürlich eine etwas heikle Frage, da wir inzwischen unter ziemlich grosser Beobachtung stehen. Wir haben noch einiges in der Pipeline, so viel kann ich verraten. Denn rund um das Eventticketing gibt es noch sehr viel Potenzial zur digitalen Transformation. ■



Reto Baumgartner,  
Mitgründer von  
Ticketfrog und Inhaber  
der MYSIGN AG.