

## Nachgefragt: Interview mit Marc P. Bernegger

Jan Rothenberger

, 7. Januar 2010 09:35 Uhr, 0 Kommentare

Amiando-Mitgründer Marc P. Bernegger ist ab sofort auch Jury-Mitglied bei Venture Kick. Wir sprechen mit ihm über Amiando, seine Erfahrungen als Juror und den Gründergeist in der Schweiz.

Wir sind mit der Entwicklung von amiando sehr zufrieden und wachsen weiterhin sehr stark. Mittlerweile stammen rund 60% unserer Umsätze ausserhalb der deutschsprachigen Länder und die Internationalisierung läuft sogar noch schneller als geplant. Es ist absehbar, dass wir aufgrund dieser Entwicklungen bald auch ausserhalb von Europa Ableger eröffnen werden.

Was machst Du bei Amiando als Chief Customer Officer zurzeit, was sind die Probleme die Du lösen musst?

Mit über 70'000 Events und einigen tausend Veranstaltern weltweit, welche amiando und unser webbasiertes Tool nutzen, gibt es natürlich jeden Tag genug zu tun. Abgesehen von der Gewinnung von Neukunden, welche bis heute immer noch mehrheitlich über virale Kanäle und Weiterempfehlungen zu amiando stossen, ist die Betreuung und Weiterentwicklung der Bestandskunden ein grosses Thema. Wir sind sehr stolz darauf, dass über 98% unserer Kunden amiando treu bleiben und zusammen mit uns weiter mitwachsen. Viele unserer Kunden haben selber als kleine Event-Veranstalter angefangen und sind mittlerweile selber stark gewachsen. Spannend ist zudem der Mix der verschiedenen Zielgruppen, welche mein Team und ich betreuen: Diese reichen von internationalen Pharmakongressen über Rock-Festivals bis hin zu kleineren Business-Workshops oder Parties.

Du bist ja neu Juror bei Venture Kick. Wie fühlt sich der Perspektivenwechsel an, in einer Jury zu sitzen, statt davor zu präsentieren?

Ich finde es sehr spannend als Juror bei Venture Kick anderen Startups mit meinen Inputs und Erfahrungen weiterhelfen und einen Beitrag zu deren Erfolg leisten zu können.

Gibt es einen Tipp, den Du aus Deiner – wenn auch jetzt erst kurzen – Juryerfahrung Leuten mitgeben würdest, die ihr Geschäftsmodell in einem Wettbewerb präsentieren wollen?

Oft fehlt den Startups das Bewusstsein, dass auch erfahrene Investoren von ihrem Geschäftsmodell nur wenig verstehen, daher sollten sich diese nicht in komplizierten Ausführungen verstricken sondern Ihr Business möglichst einfach und knackig erklären. Nichts ist schlimmer als eine eigentlich tolle Idee, die schlecht und missverständlich präsentiert wird.

Du hast der NZZ mal gesagt, der Gründergeist sei Deutschland ausgeprägter als hierzulande. Was denkst Du, woran fehlt es?

Ich glaube, dass die Risikobereitschaft in der Schweiz deutlich geringer ist als in anderen Ländern. Dies hängt sicher mit unserem Wohlstand und der komfortablen Situation als Angestellte zusammen, trotzdem ist es schade, dass nicht mehr junge Leute den Schritt in die Selbständigkeit wagen. Die Erfahrungen und Möglichkeiten als Unternehmer sind unbezahlbar und davon kann man ein ganzes Leben lang profitieren.

Ist man hierzulande zu zaghaft oder hat zu wenig Vertrauen in eigene Ideen?

Mangelndes Vertrauen in seine eigenen Ideen und fehlende Risikobereitschaft sind sicher ein Thema. Trotzdem sollte es auch in der Schweiz mittlerweile genug Beispiele von Startups und Jungunternehmern geben, welche bewiesen haben, dass auch verrückte Ideen sehr erfolgreich umgesetzt werden können und sich der Schritt in die Selbständigkeit mehr als gelohnt hat.

Gibt es konkrete Wünsche von Dir, was sich bei der Startup-Förderung in der Schweiz verbessern liesse?

Obwohl die rechtlichen Rahmenbedingungen in der Schweiz bereits sehr gut sind, könnte man hier sicher noch einiges tun. Zudem ist der Gesellschaft der Stellenwert und die Bedeutung von (Jung-) Unternehmern und Risikokapital noch nicht wirklich bewusst. Die volkswirtschaftliche und gesellschaftliche Funktion, welche innovative Unternehmer wahrnehmen und der dadurch generierte Wohlstand für die Allgemeinheit sind immens und werden oft zu wenig gewürdigt. Das Gleiche gilt für Investoren wie Business Angels, welche mit ihrem Kapital die Umsetzung innovativer Ideen oft erst ermöglichen.

Bitte noch eine Blick in die Kristallkugel: Sag uns einen Trend oder ein Geschäftsmodell, das dieses Jahr wichtig werden wird.

Persönlich finde ich aktuell location based Services wie Gowalla und Foursquare sehr interessant und kann mir gut vorstellen, dass sich solche Dienste im 2010 ähnlich erfolgreich entwickeln wie davor Twitter oder Facebook. Durch die Verknüpfung mit der Offline-Welt sehe ich hier zudem interessanten Monetarisierungs- und Businessmöglichkeiten.

Amiando

Venture Kick



Marc P. Bernegger

Marc, wie läuft es bei Amiando – was sind Eure nächsten Ziele?  
Weiterempfehlen