

Den User stets im Blick

Jährlich bringen Berliner Unternehmer neue Internet-Portale auf den Markt. Wer damit Geld verdienen will, muss gut planen



User-Kenner: IT-Spezialisten bei einer Tagung des Chaos Computer Clubs Berlin

Foto: ddp

Peggy Block kam die Idee zu www.bilingi.de, als sie schwanger war. „Für mich stand von Anfang an fest, dass mein Kind zweisprachig aufwachsen soll“, sagt sie. Also suchte sie im Internet einen englischsprachigen Babysitter – und fand keinen, dafür aber eine Idee für ihr „neues Hobby“, wie sie es nennt. Mit Bilingi hat die junge Mutter ein Portal geschaffen, auf dem mehrsprachige Babysitter ihre Dienste anbieten. „Die meisten sprechen Englisch“, sagt Peggy Block. Daneben gibt es auch Sitter, deren Muttersprache Suaheli, Norwegisch oder Tschechisch ist.

Das Portal ist vor rund einem Jahr online gegangen. Bis es soweit war, musste die 32-Jährige viel Geld und einige Nerven investieren. „Ich dachte, die Umsetzung sei leichter zu realisieren“, sagt sie. Mit 5000 registrierten Nutzern ist Bilingi für Peggy Block ein Erfolg, in den sie aber immer noch jede freie Stunde steckt, die ihr neben ihrem Beruf als Sachbearbeiterin bleibt. Sie betreibt die Seite aus absoluter Leidenschaft und Überzeugung“.

Drei Jahre sollte man einem Projekt schon geben, bevor es sich rechnen muss

Moonlight-Start-ups – „Mondlicht-Start-ups“ werden Internetprojekte genannt, an denen die Betreiber wie Peggy Block nach ihrer regulären Arbeitszeit arbeiten. „Die allerwenigsten werden wirklich groß“, sagt Alexander Hüsing, Chefredakteur von www.deutsche-startups.de. Seiner Schätzung zufolge haben sich in den vergangenen drei Jahren in Berlin 175 Internet-Startups gegründet. „Der häufigste Anfängerfehler ist, dass die Erwartungen viel zu hoch sind“, sagt Hüsing,

„Drei Jahre sollte man einem Projekt schon geben, bevor es sich rechnen muss.“ Hüsing schätzt, dass sich vor allem Portale rechnen, die den Nutzer nichts kosten, während die gelisteten Anbieter bezahlen: „Wenn ich als Firma so Aufträge bekomme, zahle ich natürlich gern dafür“, so Hüsing. Wer mit seiner Internetseite Geld verdienen will, sollte von Anfang an Bezahllemente einplanen. Nach einem eher ruhigen Jahr 2009 haben sich in jüngster Zeit wieder mehr Gründer an das Team von Alexander Hüsing gewendet. „Der Boom kommt zurück“, sagt Hüsing.

Frank Lienert hat demzufolge azyklisch im März 2009 sein Portal www.berlin-locations.info freigeschaltet. Der Nutzer findet dort nach Themen und Größe Veranstaltungsorte aufgelistet. Das Konzept hat Lienert schon in anderen deutschen Städten etabliert. Je nach gewünschter Platzierung zahlen die gelisteten Anbieter von 1200 bis 3600 Euro jährlich. Besonders exponierte Plätze, zum Beispiel auf der Startseite, kosten extra.

Lienert setzt auf Exklusivität, hochwertig präsentierte Veranstaltungsorte und regelmäßig erneuerte Texte auf den Seiten. „Wir nehmen nicht jeden auf“, sagt er. Das Berliner Portal rechnet sich schon, sagt Lienert. Das gilt auch für seine weiteren acht Portale, die er deutschlandweit betreibt. In diesem Jahr will Lienert zusätzlich Portale in Düsseldorf, Wien, Leipzig, Amsterdam, Zürich und Warschau starten. „Der Nutzer steht ganz klar im Fokus“, sagt Lienert, „wer den Nutzer hat, der hat auch den werbenden Kunden.“ Was die mögliche Expansion seiner Portale betrifft, hat Lienert ordentlich vorgesorgt: „Ich habe mehr als 1000 Domains gekauft“, sagt er.

Denn auf dem Internetmarkt ist noch Platz. Alexander Hüsing zufolge sind beispielsweise der Verkauf übers Internet und Onlinespiele wachsende Segmente. Allerdings sollte man als Anfänger die Kosten immer im Blick haben und seine Marketingstrategie bedacht wählen, sagt Kolja Hebenstreit vom Berliner Internetprojektfinanzierer Team Europe Ventures. „Manchmal gründet man sein Unternehmen auch mit den falschen Leuten“, sagt er.

Bei www.creative-city-berlin.de geht es nicht um Profit. Das Gemeinschaftsprojekt von Wirtschafts- und Kultur-Senatsverwaltung war als Informationsangebot für Kreative gedacht, die sich in Berlin niederlassen. Daraus ist eine ständig wachsende Kommunikationsplattform geworden. Grafiker, Kameraleute oder Fotografen können sich dort mit eigenem Profil vorstellen, nach Jobangeboten suchen oder sich über Branchennews informieren. „Wir haben 40 000 Besucher im Monat, Tendenz steigend“, sagt Projektkoordinator Carsten Hein.

Das Portal werde laufend weiterentwickelt, so Hein: „Wir planen eine Projektbörse, in der Mitarbeiter für zeitlich begrenzte Projekte gesucht werden.“ Für die Stadtverwaltung steht hinter dem Angebot ein wirtschaftliches Interesse: Das Portal soll Kreative nach Berlin locken. „Ob man mit dem Portal Geld verdienen könnte? Ich denke schon“, sagt Hein, „Jedoch würde man den Charakter des Portals verändern.“

Constance Frey