

What are you... Gonnado?

Berner Start-up goes international

Drei Gründer, zwölf Mitarbeiter, über tausend Kunden – ursprünglich als Freizeitplattform gegründet, entwickelt sich das Berner AdTech Unternehmen Gonnado.com zum globalen Retargeting-Pionier. Seit sechs Monaten erbringt das Team rund um die Gründer Samuel Mäder (CEO), Kyrill Marcano (CTO) und Simon Walther (CFO) einzigartige Dienstleistungen im Online-marketing. Nun soll sich die Idee auch in den USA, in Indien und Brasilien bewähren. *Von Ushkin Berisha und Samuel Mäder*

gonnado

Von der Freizeitplattform zum Retargeting-Netzwerk

Das Gründerteam von Gonnado verfolgt seit sechs Jahren die Vision, Menschen durch mehr positive Erlebnisse glücklicher zu machen. In einem ersten Startup haben sie dazu öffentlichkeitswirksame Freizeitevents organisiert. Mit Anlässen wie z.B. dem grössten Gummibootrennen der Welt oder dem grössten Fondessen der Welt konnten so bis zu 2000 Teilnehmern unvergessliche Erlebnisse beschert werden. Dies war den Gründern jedoch nicht genug. Daher hat das Trio im nächsten Schritt eine Onlineplattform entwickelt, die den Besuchern personalisierte Freizeitempfehlungen berechnet. Damit konnte das Team immerhin schon rund 2 Millionen Personen zu Erlebnissen verhelfen. Mit dem dritten Unternehmensprojekt, der Gründung von Gonnado, hat das Unternehmerteam nun einen Weg gefunden, wie es alle Internetnutzer erreichen kann und hat bisher rund 20 Millionen Menschen mit personalisierten Angeboten konfrontiert.

Mit Retargeting Kunden zurückgewinnen

Gonnado betreibt Retargeting-Werbung. Das bedeutet, dass die Besucher einer Webseite, wie z.B. einem Wasserpark, mit einem Cookie markiert werden. Dies führt dazu, dass die Personen anschliessend auf 2 Mio. Webseiten inkl. Google, Facebook und Youtube Werbeanzeigen für genau

diesen Wasserpark sehen. Dabei zielt Gonnado insbesondere auf die 95% der User, die beim erstmaligen Besuch einer Webseite noch keinen Kauf tätigen.

Caroline L., Praktikantin Marketing:

«Während des Praktikums bei Gonnado habe ich einen ausführlichen Einblick in die Welt des Onlinemarketings gewonnen. Dank dem sich ständig erweiternden Aufgabenbereich blieb das Praktikum zudem immer interessant und lehrreich. Gonnado schafft es zudem, dass man hier nebst dem grossen Lerneffekt auch noch eine Menge Spass bei der Arbeit hat.»

Mit Couponing die Offlinekäufe messen

In den Werbeanzeigen wird zudem ein Rabatt-Coupon angeboten. Anhand der eingelösten Coupons kann der Wasserpark nun messen, wie viel Umsatz er durch die Retargeting-Kampagne erzielt

hat. Diese Messung der generierten Offlinekäufe durch Onlinewerbung nennt sich Offline-Conversion-Tracking. Der Vorteil ist einerseits, dass die Werbetreibenden wissen, wie rentabel ihre Kampagnen sind. Andererseits können die Kampagnen so optimiert werden, dass möglichst nur Werbeklicks gekauft werden, welche zu einem Kauf führen. Damit steigt die Werbeeffizienz.

In 10 Minuten kostenlos starten – ideal für KMU

Ohne die Onlineplattform von Gonnado Ads dauert das Erstellen einer Retargeting Kampagne mit Couponing bei Google und Facebook mehrere Tage. Im Unterschied dazu dauert das Schalten einer technisch komplexen Kampagne mit Gonnado Ads nur 10 Minuten und setzt keinerlei fachspezifisches Know-how der Kunden voraus. Anfangsinvestitionen sind ebenso überflüssig wie die permanente Überwachung und manuelle Optimierung von Onlinewerbung.



GonnaDo Jobs



Weniger Werbekosten dank Gonnado

Aus den frühen 90er Jahren stammt der Satz: «Half the money I spend on advertising is wasted; the trouble is I don't know which half». Weil die meisten KMU nicht messen können, wie viel Umsatz sie durch Onlinewerbung erzielen, gilt die Aussage wohl noch heute. In aller Regel führt dies zur Verschwendung von Werbebudgets – weltweit rund 50 Milliarden. Durch das Messen der Resultate kann die verschwendete Hälfte identifiziert und eliminiert werden. Der ROI (return of investment) einer Werbekampagne kann sich dadurch verdoppeln.

David I., Praktikant Marketing: «Das Praktikum bei Gonnado ist eine willkommene Abwechslung zum Uni-Alltag. Vom ersten Tag an wird man gefordert und mit abwechslungsreichen Aufgaben konfrontiert. Dabei spielen Disziplin und Kreativität eine grosse Rolle. Ausserdem kann man immer frei seine Meinung äussern und zur Mitgestaltung des Unternehmens beitragen.»

Reger Kundenzuwachs bei Gonnado

In den letzten sechs Monaten konnte Gonnado bereits 1000 Unternehmen für die Nutzung seiner Onlinemarketingplattform gewinnen. Die Kundschaft stammt heute primär aus Deutschland und der Schweiz und ist in sämtlichen Branchen, sowohl B2C als auch B2B, anzusiedeln. Die Werbekunden erzielen attraktive Gewinne mit

Gonnado Ads. Dazu das Alparamare: «Keine andere Online-Massnahme liefert uns so viele Kunden und so tiefe Werbekosten pro Kunde wie Retargeting mit Gonnado». Daher steigen inzwischen auch viele Web- und Werbeagenturen auf den Zug auf – und mit ihnen stossen immer mehr grosse Unternehmen wie Detailhändler, Verlagshäuser und Consumer Brands dazu.

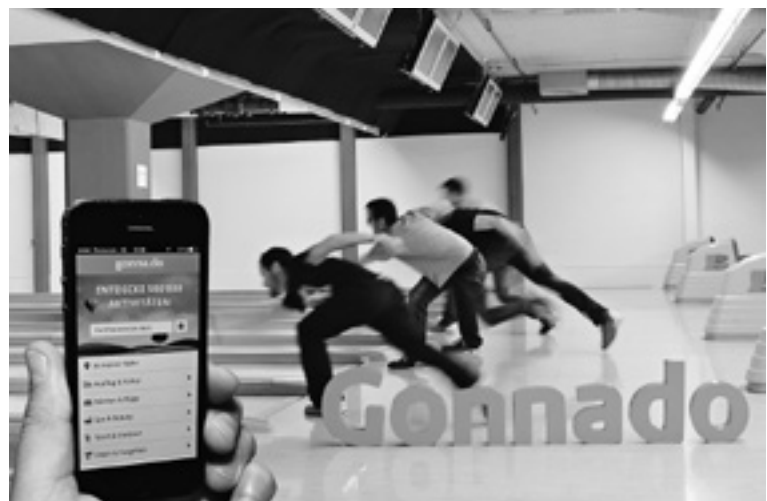
Grosses Entwicklungspotential

Gonnado plant bereits die Einführung von zahlreichen Features für die Onlinemarketingplattform Gonnado Ads. So ist aktuell gerade der Mobile-Coupon lanciert worden, welcher die bisherigen Print-Coupons und Coupon-Codes ergänzt. Ebenso wurden neuerdings auch das

Youtube- und Facebook-Retargeting implementiert, wobei Personen basierend auf ihren Facebook-Likes und ihren Youtube-Plays beworben werden können. Weiter hat Gonnado etwa das Partner-Retargeting in der Pipeline, mit dem Werbetreibende auch die Webseitenbesucher ihrer Partnerunternehmen bewerben können. Ein weiterer wichtiger Schritt ist das E-Mail Retargeting. Damit werden Personen nicht durch Onlinewerbung, sondern durch das Versenden von E-Mails Coupons angeworben. Zahlreiche weitere Features sind in Planung.

Auf dem Weg zum Global Player

Das rasante Wachstum, welches Gonnado in den ersten sechs



Monaten seines Markteintritts in der Schweiz und in Deutschland realisiert hat, stimmt das Team optimistisch. Dazu Samuel Mäder: «Der Retargeting-Markt ist generell noch ziemlich frei, wodurch wir relativ einfach Neukunden gewinnen können. Der Markt für Retargeting, das offline messbar ist, ist sogar noch komplett frei, da wir weltweit der erste Anbieter sind». Daher bereitet Gonnado sich aktuell auf den Markteintritt in den USA vor und will diesen noch dieses Jahr realisieren. Auch der Markteintritt in Indien ist angedacht und erste Gedanken macht man sich auch über China. Wie lange man den Standort in Bern halten kann, ist noch nicht sicher. Vorerst will das Team aber bestimmt noch ein paar Monate hierbleiben, wenngleich die ersten Arbeitsplätze in einem Büro in Berlin schon bereitstehen.

Martial M., Praktikant Personal und Finanzen:
«Besonders das berufliche Entwicklungspotenzial spricht für ein Praktikum bei Gonnado. Bereits zu Beginn meiner Anstellung habe ich vollstes Vertrauen verspürt und durfte mich selbständig in erste Arbeitsabläufe einarbeiten. Dass ich schon in den ersten Wochen in eigener Entscheidungskompetenz Bewerbungen evaluieren und Vorstellungsgespräche führen durfte, steht beispielhaft für meinen Einsatz bei Gonnado.»

Venture Capital für das Wachstum

Um sich den Traum vom eigenen Unternehmen zu verwirklichen, waren nicht nur vielversprechende Ideen, Risikobereitschaft und eine Menge Tatendrang notwendig, ebenso sehr galt es, einen beachtlichen Kapitalbedarf zu decken. Wie die meisten Jungunternehmer standen auch die Gründer von Gonnado vor der Herausforderung, geeignete Investoren zu finden.



Aareböötle

Risikokapitalgeber sind für ein Start-up vor allem daher so bedeutend, weil diese nebst der Funktion des Geldgebers gleichzeitig jene des persönlichen Mentors übernehmen. Wie schon damals geht Gonnado daher auch heute nur auf ausgewählte Investoren zu. Über diverse Start-up-Events führte die anspruchsvolle Suche im Falle von Gonnado zu erfolgreichen Unternehmern, welche sich bei Gonnado beteiligt haben.

Die Uni Bern mischt mit

Die Zusammenarbeit mit engagierten Studentinnen und Studenten nimmt eine zentrale Rolle

in der Personalpolitik von Gonnado ein. So unterstützen das ganze Jahr hindurch auch Studierende der Uni Bern die Expansionsbestrebungen des Jungunternehmens. Im Rahmen von drei- bis zwölfmonatigen Praktika übernehmen sie die volle Verantwortung für ihren Geschäftsbereich. Zu den beliebtesten Praktika zählen dabei Marketing, HR, Finanzen, Management, Webdesign und Softwareentwicklung. Allein diesen Sommer beschäftigt Gonnado sieben Studierende der Uni Bern. Aktuelle Vakanzen sind auf Studijob (SUB UniBe) und auf indeed.ch ausgeschrieben.