



Florian Specker, 34, Peter Schiratzki, 34, Daniel Kästli, 37, Christoph Seitz, 33 (v. l.): Für ihre Idee schmoren sie in schmucklosen Büros

## SPONTACTS: Mit Handy und Internet die Freizeit bereichern

Angefangen hat alles an einem Sommertag vor fünf Jahren. Die drei Freunde Daniel Kästli, 37, Florian Specker, 34, und Christoph Seitz, 33, sassen im Garten und debattierten, wie sie die Welt verändern könnten: Webradio, Fotobewertungswebsite? So schnell sie Ideen entwickelten, so schnell verwarfen sie sie wieder. Deshalb kamen die drei Ostschweizer erst Anfang Jahr dazu, Spontacts ins Handelsregisteramt einzutragen.

### Den Tennispartner per App auf dem Handy finden

Dazwischen ist einiges passiert. Alle gaben gute Jobs auf, um sich auf ihr Start-up zu fokussieren. Mit Peter Schiratzki, 34, ist ein viertes Mitglied zum Kernteam gestossen. Nur verdient hat das Quartett noch so gut wie nichts; dafür das Ersparnis investiert.

Was also treibt die vier an, Stunden in den schmucklosen Büros in Schwamendingen zu schmoren, um sich am Monatsende aus Ersparnis und hart erkämpften Investorengeldern einen Minimallohn zu bezahlen? «Der Glaube, mit Spontacts eine gute Idee gehabt zu haben,

die das Leben vieler Menschen bereichert», sagt Christoph Seitz. Das soziale Netzwerk ist so etwas wie ein Facebook für die Freizeitgestaltung. Wer etwa einen Tennispartner sucht, lädt die App (erhältlich für Android und iPhone) auf sein Handy runter, erstellt ein Profil und kreiert einen Event, um mitzuteilen, wo und wann er Tennis spielen möchte. So sind bereits 10 000 Events von 20 000 Nutzern erstellt worden. Darunter sogar eine Karibik-Kreuzfahrt mit 12 Teilnehmern, ein Filmabend mit 200 Teilnehmern und eine Bar-Night mit 70 Teilnehmern.

In Events von kommerziellen Anbietern und natürlich in klassischer Werbung erkennt Seitz mögliche Businessmodelle. Wie Spontacts dann wirklich Geld verdienen wird, ist wie bei so vielen Technologie-Start-ups noch offen. Zunächst braucht der Dienst Reichweite. Als Nächstes soll in Kooperation mit einem Grossverlag Deutschland erobert werden.

- **Gründungsdatum:** 18. Jan. 2012
- **Investitionen:** 400 000 Fr.
- **Ziel Ende 2012:** 75 000 App-Downloads in der Schweiz

# Smart mit Konzert, Freizeit und Film

Drei Schweizer ICT-Start-ups mit grossem Potenzial

VON SIMONE LUCHETTA, BARNABY SKINNER (TEXTE) UND ESTHER MICHEL (FOTOS)

Laut Swiss Start-up-Monitor wurden noch nie so viele ICT-Start-ups gegründet wie 2011: 45 im Vergleich zu 40 im Jahr zuvor und 29 im 2008. «Die Tendenz ist stei-

gend», sagt Jean-Pierre Vuilleumier, Managing Director der Finanzierungsplattform CTI Invest.

Wie aber ergeht es jungen Unternehmern auf dem Weg zum «Facebook der Schweiz»? Wir begleiten die drei Firmen Livebeats, Spontacts und Rayneer.tv für einige Zeit und berichten in loser

Folge über deren Höhen und Tiefen. Die Wahl fiel auf diese drei, weil sie bei unserer Facebook-Abstimmung zum «Social Media-Start-up mit dem grössten Potenzial» von 48 Vorschlägen die meisten Stimmen erhielten. Das nächste Mal berichten wir wieder im Januar 2013.

## LIVEBEATS: Guns N' Roses auf dem Smartphone

So richtig mag sich die Branche noch immer nicht mit dem Internet angefreundet haben. Dennoch gehört Musik zu einem der erfolgreichsten Geschäfte im digitalen Unterhaltungsbereich. iTunes oder der Musikdienst Spotify machen Millionenumsätze.

Vom wachsenden Geschäft wollen Stefan Schneider, 36, ehemaliger Werbe-Art-Director, und Dominik Schmid, 53, der früher für die Fifa die WM-TV-Übertragungen organisierte, ihr Stückchen abschneiden. Sie haben mit Livebeats.com eine Webplattform für Musiker entwickelt. Jeder kann damit sein Konzert live im Internet ausstrahlen – und zwar in guter Qualität. Man schliesst dafür eine Webcam an den Computer, registriert sich auf Livebeats und ist schon startklar für ein Weltpublikum.

### Musiker können sich für Live-Auftritt bezahlen lassen

Im Gratspaket sind nur eine beschränkte Anzahl Zuschauer möglich. Wer mehr als Tausend Fans hat, muss für die Bandbreite zahlen. Gleichzeitig bietet Livebeats ein Bezahlssystem, damit sich Musiker für ihre Live-Auftritte bezahlen lassen können.



Dominik Schmid, 53 (l.), Stefan Schneider, 36: Weltacts live aufs Gerät

Schneider sagt: «Das Internet geht in Richtung Live-Erfahrung.» Mit den Geschwindigkeiten, die etwa der Mobilfunk der vierten Generation möglich mache, werde es gang und gäbe sein, unterwegs auf dem Handy oder auf dem Tablet ein Konzert in hochauflösender Qualität zu hören und zu sehen.

Tatsächlich ist die Nachfrage nach Livestreams schon heute gross. Livebeats kooperiert mit einer Produktionsfirma in Los Angeles, um auch Weltacts anzubieten. So war am 31. Mai geplant, ein Konzert der US-Hard-

Rockband Guns N' Roses zu streamen. Doch weil das System mit der Nachfrage nicht umgehen konnte, wurde das Konzert aufgenommen und soll in Kürze auf Livebeats.com als On-Demand-Stream erhältlich sein. Mit einem neuen finanziellen Zustupf von privaten Investoren soll die Plattform nun technisch weiter ausgebaut werden.

- **Gründungsdatum:** Mitte 2010
- **Investitionen:** 1,2 Millionen Fr.
- **Ziel Ende 2012:** Etablierung in der Musikszene durch Streaming von fünf weiteren Topacts



Oliver Flueckiger, 27, Yannick Koechlin, 29, Ronny Nenniger, 36 (v. l.): Musikverlage spielen mit

## RAYNEER.TV: Vision des personalisierten Fernsehens

Vor 12 Jahren porträtierten wir Oliver Flueckiger für ein Computerheft, weil der damals 15-Jährige als einer der Ersten auf eigene Faust Internetradio machte. Heute ist er Betriebswirt und will mit seinen beiden Kollegen und dem personalisierten Fernsehen von Zürich aus die Welt erobern. Nutzer sollen automatisch das TV-Programm geliefert bekommen, das sie sich wünschen. Flueckiger: «Das ist Zukunftsmusik, aber unsere Vision.»

Schon heute Realität ist das persönliche Musik-TV. Rayneer.tv bietet seit 1. April in der Schweiz ein persönliches MTV, die Nutzerzahlen bleiben geheim. Via Browser, Android- und bald auch iPhone-App kann man darauf zugreifen, nachdem man sich mit dem Facebook-Login angemeldet hat. Dann wird dem Nutzer ein Musikprogramm serviert; passt ihm ein Clip nicht, klickt er weiter. Herzstück ist der Algorithmus, den CTO Yannick Koechlin, 29, seit zwei Jahren entwickelt und ständig verbessert. Dieser analysiert Facebookdaten, um zum passenden Programm zu kommen: etwa Alter, Geschlecht, Wohnort, auch welche Clips man «likt», postet und was die Freunde mögen. Flueckiger: «Wir können so sehr genau sagen, was jeman-

dem gefällt.» Bei der deutschen Konkurrenz Tape.tv braucht es dafür zehn Redaktoren.

Damit Rayneer.tv ein Chance hat, müssen die grossen Musikverlage mitspielen. Dank Ronny Nenniger, 36, dem dritten im Trio, tun sie das auch. Als Ex-Musikchef von Radio Energy hat er einen guten Draht zu den grossen Musiklabels. Er darf deren Clips streamen, im Gegenzug streut er aktuelle Hits ins Programm. Rayneer.tv finanziert sich über Werbung; Fox, Hyundai und Universal Music sind schon als Kunden an Bord. Noch ist man aber nicht profitabel. Derzeit verhandeln sie auch mit Herstellern von internetfähigen Fernsehern. Das ist sinnvoll, denn das persönliche TV-Programm möchte man auch auf dem Sofa geniessen. Eine App auf einem SmartTV würde das möglich machen. Bis Ende Jahr wollen die Jungs 1,5 Millionen Franken einspielen. Die Latte liegt hoch. «Das Interesse ist da», sagt Flueckiger zuversichtlich.

- **Gründungsdatum:** 30. November 2011
- **Investitionen:** 100 000 Franken Eigen- und Investorenkapital
- **Ziel Ende 2012:** Über Finanzierungsrunde 1,5 Mio. Fr. hereinholen, Expansion ins Ausland