

› FAIL BETTER

Questli

«Mit Questli konnte man auf dem Handy Quizspiele in der Komplexität von «Wer wird Millionär?» erstellen. Als die App den Publikumspreis von TechCrunch in San Francisco gewann, hatten wir auf einen Schlag eine Million User in den USA. Dennoch verpasste Questli die Meilensteine massiv. Wir mussten feststellen, dass wir den falschen CEO hatten. Also stieg ich selbst in die Hose, fokussierte auf den Schweizer Markt und baute das Produkt um auf hiesige Bedürfnisse. Spielekreatoren, meist Gymnasialisten, erstellten Quizspiele im Auftrag von Marken wie Kuhn Rikon, FashionFriends oder Gstaad Tourismus. Wer alles richtig beantwortete, erhielt einen Gutschein für eine Pfanne oder einen Skipass. Auch die Kreativeure bekamen Geld für jedes gespielte Quiz.

Das Problem: Wir wuchsen zu langsam. Mit 50 000 Spielern hätte es funktioniert. Aber mit 15 000 blieb das Marketinggeld der Kunden monatelang liegen. Und der grösste Fehler war, dass für meine allesamt superreichen Investoren Questli eher eine Spassinvestition darstellte. Andere hätten womöglich den Stecker nicht so früh gezogen. Heute fokussiere ich mich auf die DACH-Märkte, die ich kenne, und auf die wirklich heissen Themen wie derzeit Virtual Reality (VR) oder Blockchain. Und statt nur von Investoren nehme ich lieber auch Geld von Pilotkunden. Das geht zwar langsamer, ist aber nachhaltiger.»

Nicolas Berg ist ein Urgest der Schweizer Start-up-Szene (Borsalino, Ralpine, Ventu u.a.). Derzeit bastelt er an VR-Firma He



Start-up

AUFWAND-KILLER
Viselio-CEO Niklas Zeller verkürzt das Einholen von Visa auf sieben Minuten.

▶ Die Grenzgänger

Ein Visum zu beantragen, ist kompliziert, analog – und doch eine wichtige Komponente des Reisens. **Viselio** digitalisiert, vereinfacht, automatisiert und beschleunigt den Prozess.

Website: www.viselio.com
Gegründet: September 2016
Firmensitz: Bern, Belgrad
Gründer: Niklas Zeller (22), CEO; Boris Stevanović (35), CTO; Roland Zeller (49), VR-Präsident
Anzahl Mitarbeiter: 33
Umsatzziel für 2018: 1 Mio. Fr.
Profitabel ab: 2019

Die Geschäftsidee?

Viselio vereinfacht das Einholen von Visa durch konsequente Digitalisierung auf durchschnittlich sieben Minuten Aufwand.

Wie ist sie entstanden?

Beim Einholen russischer Visa für eine Gruppe von vier Freunden. Mit der Koordination, der Vorbereitung der Dokumente und der Reise nach Bern hat mich der ganze Aufwand fast zwei Arbeitstage gekostet.

Warum der Name?

In der ersten Phase hiess unsere Firma «Etraveldocs», was immer wieder für Missverständnisse sorgte («Itravel-docs» etc.). Viselio stellt einen Bezug zu Visa dar, ist kurz, einprägsam und kann in (fast) allen Sprachen ausgesprochen werden.

Womit erzielen Sie die Umsätze?

Wir verlangen für unsere Dienstleistungen (Einholen des Visums, Vorbereitung der Dokumente) eine fixe Gebühr. Zusätzlich bieten wir diverse Dienstleistungen rund ums Visum an: Einladungen, Registrierungen, Versicherungen etc.

Die Vision?

Visa so weit zu digitalisieren und zu vereinfachen, dass sie keine Hürde mehr darstellen. Der Kunde sollte sich gar nicht mehr mit dem Thema beschäftigen müssen, das Visum ist in den Buchungsprozess integriert.

Die grosse Stärke?

Unsere Plattform kann Daten zur Person bzw. zur geplanten Reise direkt aus anderen Systemen übernehmen und das Visumformular zu einem grossen

Teil vorausfüllen. Der Kunde muss dann nur noch die Lücken ergänzen.

Die grösste Herausforderung?

Die komplizierten Visaprozesse zu recherchieren, jeden Spezialfall in Betracht zu ziehen und eine Lösung für den Kunden bereitzustellen, damit die Automatisierung funktioniert.

Das Überraschendste bisher?

Wie selbst reiseerfahrene Leute teilweise grosse Mühe mit dem Thema Visum bekunden und zum Teil schon an der Sprache scheitern.

Der nächste Schritt?

Vor wenigen Wochen sind wir in Österreich gestartet und bereiten uns derzeit auf die Expansion in weitere Länder Europas vor. Unsere Plattform lässt sich ohne grosse Umstände an den jeweiligen lokalen Markt anpassen.

Foto: Marija Ivanisevic

Expertenmeinung Zwei Risikokapitalisten über die Chancen von Viselio

DANIEL GUTENBERG, VI PARTNERS

▶ «Mit wenig Geld weit gekommen»



DANIEL GUTENBERG ist General Partner bei VI Partners. 2011 war er Schweizer Business Angel of the Year.

«Die Ausstellung von Visa ist ein echtes Problem. Der ganze Prozess ist nicht nur mühsam für Reisende, auch Reiseveranstalter leiden darunter, speziell bei Kreuzfahrten. Es gibt schon ein paar Firmen, die das Problem adressieren, etwa Kuoni. Viselio ist meines Wissens aber die erste mit einem voll digitalen Ansatz. Der Gründer kommt aus einer Unternehmerfamilie und bringt das nötige Handwerk mit. Deshalb weiss er trotz seines jungen Alters, wie man ein Start-up aufbaut, und hat die Kosten im Griff: Mit wenig Geld ist er bereits relativ weit gekommen. Auch, weil er Manpower in Serbien konzentriert hat, wo es günstiger ist. Und die Firma wird noch effizienter, je mehr Daten von Reiseveranstaltern sie gesammelt hat. In Bern hat Viselio ein eigenes Office, dort bringen die Mitarbeiter die Pässe auf die Botschaften. In anderen Konsulatsstädten arbeitet man mit Dienstleistern zusammen. Mit diesem Modell kann die Firma gut skalieren in der ganzen Welt. Das muss sie auch, denn bisher bietet sie ihre Dienste nur für wenige Länder an. Irgendwann werden auch die Behörden voll digital, dann braucht es Viselio nicht mehr. Das wird aber nicht in den nächsten zehn Jahren passieren. Das Window of opportunity ist also da!»

MARCO RODZYNEK, NOAH ADVISORS

▶ «Muss gehörig skalieren»



MARCO RODZYNEK ist Gründer von Noah Advisors, einer Corporate-Finance-Boutique für Internetfirmen.

«Seit letztes Jahr ein traditioneller Visadienstleister meinen Pass verschlampt hat, frage ich mich, warum noch niemand diese Prozesse digitalisiert hat. Das ist eine Riesenchance, denn durch die Globalisierung wird der Markt wachsen, und wer die erste funktionierende Plattform aufbaut, kann zum Branchenstandard werden. Die Chancen, dass dies Viselio gelingt, sind intakt, denn einen voll digitalen Konkurrenten scheint es noch nicht zu geben. Der Gründer agiert sehr rational und macht einen guten Eindruck. Allerdings muss die Firma noch gehörig skalieren. Bisher bietet sie ihren Dienst nur Bürgern aus dem deutschsprachigen Raum und nur für vier Zielländer an. Aber wenn sich Märkte wie die USA dafür öffnen, ist das Potenzial riesig. Dabei ist das Thema Trust sehr wichtig: Die Botschaften müssen den Prozess aktiv unterstützen. Die grösste Wachstumschance liegt sicher im B2B-Bereich bei den Reiseveranstaltern. Dafür braucht Viselio aber eine Verkaufsmannschaft, welche die Kunden besucht. Wichtig wäre auch, sich mit einem Link in Reiseportalen wie Expedia oder Booking.com zu integrieren. Dann bestünde aber auch die Gefahr, dass diese Giganten die Idee kopierten und selber umsetzen.»