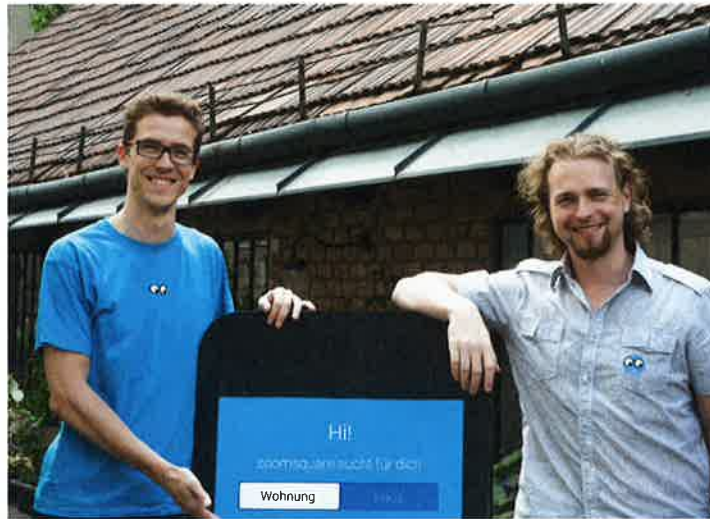


Start-up: ›zoomsquare‹

In jeder STEIL-Ausgabe stellt sich ein Start-up unserer knallharten Jury: Eine Studentin, ein Professor und ein Experte aus der Wirtschaft beurteilen das Produkt, schätzen den Erfolg ein und geben Tipps zur Verbesserung.



GRÜNDERTEAM DR. ANDREAS LANGEGER UND
CHRISTOPH RICHTER



3 Worte, die euch beschreiben:

Einfach, zeitsparend, technologisch visionär.

Was bietet ihr an?

Wir bauen an der Wohnungssuche der Zukunft. Zoomsquare ermittelt, passend zu den Wünschen der Nutzer, aktuelle Angebote aus dem Web. Der Wohnungssuchende muss dazu nur seine Suchkriterien eingeben und unser System sucht vollautomatisch nach passenden Angeboten. Vor kurzem haben wir außerdem den ersten computergesteuerten Chatbot präsentiert.

Welches Problem löst ihr? Was ist eure USP?

Treu unserem Motto »mehr Immobilien findest du nirgends« durchforstet zoomsquare das komplette Internet und analysiert Anzeigen, in Zukunft auch von Facebook. Die Suchenden profitieren vom größten Angebot an Immobilienanzeigen

am Markt, sparen dabei viel Zeit und finden übersichtlich Lösungen für ihre Anfragen.

Warum sollte ein Investor einsteigen?

Wir sind bei der Immobiliensuche in vielen Bereichen technologischer Vorreiter. In Österreich zählt zoomsquare bereits zu den Top 5 Playern. Mehr Objekte findet man in Österreich und Deutschland auf keiner Immobilienseite.

An welchem Punkt steht ihr gerade und wo seht ihr euch in fünf Jahren?

Wir sind bei unserem Launch im Oktober 2013 mit der Vision angetreten, dass man zoomsquare frei erzählen kann, wie man gerne wohnen möchte. Diesem Ziel sind wir nun, unter anderem dank unseres Chatbots, einen großen Schritt nähergekommen. In fünf Jahren wird diese Vision Realität sein.

Was ist euer Geschäftsmodell?

Geld verdient zoomsquare unter anderem durch performance-orientiertes Marketing für die Immobilienbranche. Wir ermöglichen Immobilientreibern, wie Bauträgern oder Maklern, die Objekte schneller über Social Media zu vermitteln.

Wie ist euer Team aufgestellt?

Derzeit umfasst das Team rund 15 Mitarbeiter in unseren Büros in Wien und Berlin. Dabei haben wir von IT und Programmieren, bis zu Marketing alles abgedeckt. Einige von uns haben auch an der WU studiert und wir freuen uns immer über interessante Bewerbungen.

Aus welchen Fehlern können wir lernen?

Wichtig ist es, den Produktfokus immer darauf zu legen, wo das höchste Wachstumspotential liegt. Darauf sollte das Team den vollen Schwerpunkt legen.

Wo sehen Sie ein Verbesserungspotenzial?

Die Idee und technische Umsetzung von zoomsquare ist genial. Eine Vielzahl von Immobilien-Plattformen wird durchforstet und übersichtlich und ansprechend auf der eigenen Website aufbereitet. Der USP liegt auf der Hand. Die Frage ist allerdings, wie lange es dauert, bis andere nachziehen. Bis zu diesem Zeitpunkt muss man eine entsprechende Größe und Marktstellung erreicht haben.

Wie schätzen Sie den Erfolg ein?

Sehr hoch! Zoomsquare hat sich in den letzten Jahren bereits einen Namen unter den Immobilien-Plattformen gemacht. Die Erfolge in Österreich und die Expansion nach Deutschland zeigen das Potential, das hinter der Entwicklung steht. Jetzt geht es darum, weiter zu skalieren.

Würden Sie investieren?

Ja.

Wo sehen Sie ein Verbesserungspotenzial?

Ich habe letztes im eigenen Freundeskreis mehrfach Diskussionen über die besten (bzw. die am wenigsten schlechten) Plattformen für Wohnungssuchen erlebt. zoomsquare wurde dabei nie genannt. Angesichts der offensichtlichen technologischen Qualität weist dies auf noch vorhandenes Potenzial im Marketing hin. Ein schnell wachsender Bekanntheitsgrad ist in der digitalen Ökonomie sehr wichtig, oft funktionieren Märkte nach dem Prinzip »the winner takes it all«.

Wie schätzen Sie den Erfolg ein?

Ein Musterbeispiel für eine intelligente Nutzung der Digitalisierung. Schumpeter hätte das eine »kreative Neukombination« genannt. Der Immobilienmarkt ist ein exzellentes Beispiel für einen Bereich, in dem man Information mit den neuen Technologien besser verarbeiten und aufbereiten kann.

Würdest du das Produkt nutzen?

Gelegentlich.

Wie schätzt du den Erfolg ein?

Innovation und ein Gespür für den Zeitgeist sind Stärken, die zoomsquare sicherlich einen großen Vorsprung gegenüber der bereits etablierten Konkurrenz verschaffen. Dennoch wird noch sehr viel Aufwand im Bereich des Marketings nötig sein, um einen ähnlichen Bekanntheitsgrad zu erreichen. Sollte dies gelingen, besteht ein großes Potential langfristig erfolgreich zu sein.

Deine Abschlussbewertung:

Zoomsquare hat die Bedürfnisse im Zeitalter der digitalen Vernetzung erkannt: Schneller Zugang zu passenden Immobilien, ausgewählt aus allen möglichen, zugänglichen Angeboten. Daher bin ich sehr gespannt auf die weitere Entwicklung des Start-Ups und werde sicherlich bei meiner nächsten Wohnungssuche auf zoomsquare zurückgreifen.



MAG. STEPHAN KARIGL
Deloitte, Senior Tax Manager
und Spezialist für Hightech-
Start-ups des YESTech-Beratungsportfolios von Deloitte.



UNIV. PROF. DKFM. DR. NIKOLAUS FRANKE
Gründer und Leiter des Institut für
Entrepreneurship und Innovation an der
WU Wien



LISA WULZ
studiert IBW
im 3. Semester