

START-UP: TIMEBITE

Timebite ist ein Tool, das Studierenden bei der Prüfungsvorbereitung helfen soll. Wir haben unsere Jury gefragt, ob sie das Konzept für erfolgversprechend hält und ob sie die Plattform nutzen würde.



GRÜNDERTEAM: CHRISTOPH SPRENGER, ADRIAN SAUERWEIN, EMIR SELIMOVIC (NICHT IM BILD: PAUL RANGGER)



TIMEBITE

Beschreibt euch in drei Worten:

Simpel, informativ und zeitsparend.

Was bietet ihr an? Welches Problem löst ihr, und was ist eure USP?

Timebite bietet als soziales Netzwerk prüfungsrelevante Informationen auf einen Blick – das Suchen in endlosen Foren bleibt den Studenten somit erspart. Durch Eintragen der persönlichen Leistungen und Erfahrungen erstellt man dabei für sich selbst eine Leistungsdokumentation, generiert aber gleichzeitig wertvolle Anhaltspunkte für seine Kommilitonen. Fragen wie: »Womit muss ich lernen?«, »Wie lange sollte ich büffeln?«, und: »Gehen sich diese zwei Lehrveranstaltungen überhaupt in einer Prüfungswoche aus?«, sind somit Geschichte.

Wer ist eure Zielgruppe?

Unsere Zielgruppe sind Studenten der DACH-Region, momentan liegt unser Fokus noch in Österreich. Jeder Student, unabhängig von Universität und Studienrichtung, kann einen Nutzen aus timebite ziehen. Egal ob Anhaltspunkte zur Prüfungsvorbereitung oder

die Planung des nächsten Semesters und der anstehenden Prüfungswoche – es ist für jeden Studierenden etwas dabei.

Wie ist euer Team aufgestellt?

Wir haben die Themengebiete aufgeteilt. Paul ist unser Programmierer, Adrian kümmert sich um die Produktentwicklung, Christoph macht das Marketing und Emir ist für den Bereich Sales & Organisation zuständig. Um schneller expandieren zu können, wären noch weitere Developer und Mitwirkende notwendig.

Warum sollte ein Investor einsteigen?

Jährlich gibt es eine halbe Million neue Studenten in der DACH-Region, welche wir sehr schnell mit Anhaltspunkten zum Studium und maßgeschneidertem Employer Branding versorgen. Wir können Unternehmen mit den passenden Studenten verbinden und im Gegenzug für Studenten die idealen Jobs filtern, mit prozentualer Übereinstimmung. Der Markt wächst jährlich weiter an, Konkurrenz

gibt es nur passiv, und die Studenten nehmen es besser an, als wir uns erwartet hatten. Nach nur zwölf Wochen haben wir bereits mehr als 850 Registrierungen auf der TU Wien.

An welchem Punkt steht ihr gerade, und welche Schritte stehen als Nächstes an?

Wir sind seit Oktober 2017 online, bis dato auf der TU Wien vertreten und nehmen ab März bereits vier weitere Universitäten auf, darunter auch die WU Wien. Unser größtes Ziel für 2018 ist die Aufnahme der größten österreichischen Universitäten und die Umsetzung der Monetarisierung.

Wo seht ihr euch in fünf Jahren?

In fünf Jahren sehen wir timebite bereits in Deutschland und der Schweiz, wo die Plattform auch dort Studenten die Prüfungsvorbereitung erleichtert. Bis 2022 wollen wir DIE Schnittstelle für Studenten sein und timebite als zentrale Anlaufstelle in der Prüfungsvorbereitung etablieren.

Die Jury

Wie schätzen Sie den Erfolg ein?

Ich kann mir gut vorstellen, dass timebite ein nützliches Tool für Studierende darstellt – sowohl für die eigene Planung und Dokumentation des Studienfortschritts als auch als Peer-to-peer-Informationsquelle für kommende Prüfungen. Das Schöne ist, dass durch die eigene Leistungsdokumentation gleichzeitig ein Mehrwert für andere Studierende geschaffen wird.

Wo sehen Sie Verbesserungspotenzial?

Das Businessmodell ist mir nicht klar, denn dieser Punkt wird im Pitch nicht näher ausgeführt. Es fallen zwar Schlagworte wie »Employer Branding« und »Monetarisierung« – wie diese aber geplant sind, bleibt offen. Ein solides Businessmodell wird entscheidend für den langfristigen Erfolg sein.



MAG. STEPHAN KARIGL

SENIOR TAX MANAGER UND
SPEZIALIST FÜR HIGHTECH-START-UPS
DES YESTECH-BERATUNGSPORTFOLIOS
VON DELOITTE

Wie schätzen Sie den zukünftigen Erfolg des Start-ups ein?

Das Start-up ist ein Fall von »User Entrepreneurship«: Jemand löst ein eigenes Problem, stellt fest, dass es ein allgemeines Problem ist und macht aus der Lösung ein Business. Ihr Vorteil ist, dass sie auf einem konkreten Bedarf aufsetzen. Es gibt also einen Markt und Nachfrage. Die hohe Zahl der Registrierungen belegt das.

Wo sehen Sie Verbesserungspotenzial?

Erfolgskritisch sind Content und Geschäftsmodell. Nur wenn die Informationen im Netzwerk gut sind, werden die Studierenden aktiv mitmachen und umgekehrt. Also ein Henne-Ei-Problem, wie bei sehr vielen sozialen Netzwerken. Man muss diesen sogenannten Netzwerk-Effekt aktiv durchbrechen, das heißt, das Ganze proaktiv in Bewegung setzen. Dazu braucht es Entschlossenheit, Tempo und Kapital. Zum Geschäftsmodell ist im Pitch nichts enthalten, insofern vermute ich, dass es über Werbung laufen soll. Es ist jedenfalls sehr wichtig, dass man auch darüber nachdenkt, wie man eigentlich mit dem Start-up Geld verdienen möchte.



UNIV. PROF. DKF. DR.
NIKOLAUS FRANKE

GRÜNDER UND LEITER DES INSTITUT
FÜR ENTREPRENEURSHIP UND
INNOVATION AN DER WU WIEN

Würdest du das Produkt nutzen?

Ja. Ich bin gerne up to date und suche immer nach neuen Time-Management-Tools.

Wie schätzt du den zukünftigen Erfolg des Start-ups ein?

Ich glaube, der Erfolg hängt sehr von der Benutzerfreundlichkeit und von den Eingaben der Studenten ab. Hier kommt es nicht nur auf die Masse, sondern auch auf die Qualität der Daten an, immerhin wollen die Studenten letzten Endes von den Erfahrungen ihrer Kommilitonen profitieren. Ich bin aber davon überzeugt, dass es an vielen Universitäten einen Bedarf für diese Plattform gibt. Sobald eine größere Anzahl an Unis präsent ist, wird der Erfolg garantiert noch zunehmen.

Wo siehst du Verbesserungspotenzial?

Da ich die Seite noch nicht von der Benutzeroberfläche her kennengelernt habe, kann ich dazu nichts sagen. Aber ich denke, es wird wichtig sein, so schnell wie möglich an vielen Unis vertreten zu sein, um die Vorreiterrolle zu behalten.



REGINA PRETSCHER

STUDENTIN (WISO, 3. SEMESTER)