

Mobile Wettspezialisten

Wie der Dienstleister Moconso den Wettmarkt und andere Branchen mobil macht

Mobile Marketing interessiert Devid Wagner nur am Rande. „Das beinhaltet für den Lösungsanbieter oder die Agenturen das Problem, dass sie immer nur ein Projekt haben“, sagt der Geschäftsführer der Moconso Technologies GmbH. „Und wenn das abgeschlossen ist, müssen sie neu akquirieren.“ Das mache das Geschäft etwas schwierig, zumal es bereits jede Menge Mobile-Marketing-Agenturen gibt.

Daher haben es sich Wagner und sein Partner Alexander Wittkow, die Gründer der Moconso, zur Aufgabe gemacht, Anwendungen für mobile Transaktionen zu entwickeln.

„Der Ursprungsgedanke ist uns gekommen, als das Thema mobile Payment gerade heiß diskutiert wurde“, so Wagner. „Das hat uns zu der Überlegung veranlasst, in Transaktionen und Prozessen für den schnellen Datenaustausch zu denken.“ Die Idee: Praktisch jeder hat heute ein Handy, das ein vollwertiger Computer ist. Doch die Geräte würden in aller Regel verwendet, um zu telefonieren und Textnachrichten zu verschicken. „Sie können aber genauso gut komplette Softwareprogramme installieren und damit auch Transaktionen tätigen, die Sie im Grunde aus dem Onlinebereich kennen“, erklärt Wagner.

Ideale Einsatzgebiete

Bevor Moconso damit anfang, die Idee in die Tat umzusetzen, suchten Wagner und Wittkow Investoren, um die Entwicklung der Software finanzieren zu können. „Die Idee ist damals weit besser angekommen, als wir dachten“, sagt der Geschäftsführer. „Wir haben einen sehr bunten Inves-



Referenz: Verschiedene Anwendungen, die Moconso für ihre Kunden entwickelt hat

torenkreis – angefangen bei sehr klassischen Frankfurter Investmentfonds bis hin zu privaten Investoren, das ganze Spektrum.“ Allein klassische Venture-Capital-Firmen fehlen im Portfolio.

Nun müsse sich zeigen, wie die Lösung selbst im Markt angenommen wird, wenn sie in diesem Jahr in großem Stil vermarktet wird. Fürs Erste konzentriert sich Moconso auf die Branchen Sportwetten und Finanzdienstleistungen. „Weitere Bereiche sind in Arbeit“, sagt Wagner, „aber darüber kann ich noch nicht sprechen.“ Sportwetten seien ein idealer Einsatzbereich, weil dort besonders viele Transaktionen anfallen und zudem Interesse bestehe, Dinge tatsächlich mobil zu tun. „Denn die Leute wollen vor allem dort, in Kneipen, Stadien

und Rennbahnen, wetten, wo kein Mensch einen Laptop dabei hat“, erläutert Wagner.

Und: „Die großen Wettanbieter waren die Firmen, die zuerst darüber nachgedacht haben, Handys einzusetzen.“

Neben Sportwettenanbietern, die Moconso in Deutschland und Österreich sowie Spanien, Großbritannien und in der Schweiz betreut, hat der Dienstleister gerade die Finanzsoftware „Teletrader Mobile Professional“ gelauncht, mit der realtime Börseninformationen dargestellt werden. Aber natürlich steht Wagner Kunden aus anderen Bereichen genauso offen gegenüber (siehe Interview) und sieht sich gut gerüstet: „Der Kunde kann generell alle Funktionen festlegen. Alles, was an transaktionalen Prozessen oder Geschäftsmodellen existiert, kann die Software grundsätzlich abbilden.“

Auf den Spuren der Kunden

Schwer umzusetzen wären allenfalls Branchen, die ihre Kunden zum „surfen“ animieren wollen, glaubt der Geschäftsführer: „Es ergibt keinen Sinn, Angebote zu lancieren, die man besser am PC durchführen kann und die in keiner Weise zeitkritisch, sprich eilig sind.“ Und in Zukunft: Vielleicht doch Mobile Marketing? „Das kann mal interessant werden, wenn das Thema Mobile mehr Akzeptanz hat. Aber noch ist es im Entstehen, obwohl man seit Jahren auf den Durchbruch wartet“, sagt Wagner. „Ich glaube, dass der Endkunde auf eine Anwendung wartet, die ihm tatsächlich Mehrwert bringt.“ Die Kernfragen, die sich Moconso stellt, lauten daher: Was macht der Kunde immer wieder? Und: Was macht der Kunde unterwegs? **host**



In loser Folge stellen wir Ihnen Agenturen vor, die sich bei ihrer Arbeit mit dem Web und dessen kreativen Möglichkeiten befassen.

In der Reihe Agenturporträts sind zuletzt erschienen:

- Superreal, Hamburg (5/08)
- Exozet Interact, Berlin (3/08)
- Coma, München (24/07)
- Berger Baader Hermes, München (22/07)

Die vollständige Liste finden Sie auf www.internetworld.de unter dem Webcode 0807035.

Interview



Devid Wagner,
Geschäftsführer
der Moconso
Technologies
in München
■ www.moconso.de

„Effizienter mobilisieren“

Worauf legen Sie besonderen Wert bei der Entwicklung Ihrer Produkte?

Devid Wagner: Wir haben von Anfang an – deshalb hat auch die Entwicklung initial so lange gedauert – immer Wert auf zwei Punkte gelegt: Einerseits darauf, dass die Technik für alle Zwecke generisch und professionell aufgebaut wird. Andererseits darauf, dass sie für den Endkunden einfach ist und vor allem toll aussieht. Denn die Funktionalität von Software ist das eine, aber das Ganze so zu gestalten, dass der Kunde Spaß daran hat – das ist die eigentliche Herausforderung.

Haben Sie deshalb fast drei Jahre an der neuen Software getüftelt?

Wagner: Der Vorteil langer Konzeptionsphasen ist, dass wir jetzt so weit sind, immer neue Einsatzgebiete unkompliziert aufschließen zu können.

Und wie sieht Ihr idealer Kunde aus?

Wagner: Der ideale Kunde ist der, der sehr unternehmerisch denkt, bereit ist, gewisse Risiken einzugehen, und auch neuen Technologien gegenüber offen ist. Wir haben die Erfahrung gemacht: Je stärker eine Firma eigentümergeführt ist, desto leichter ist es, das Unternehmen von neuen Ideen oder Technologien zu überzeugen.

Würden Sie Kunden aus bestimmten Bereichen ablehnen?

Wagner: So lange die Kunden nichts machen, was illegal ist, stehen wir allen Kunden offen gegenüber.

Wenn Sie Ihrer Arbeit ein Motto voranstellen müssten, welches wäre es?

Wagner: Wir mobilisieren Geschäftsmodelle – besser, schneller und effizienter als alle anderen Unternehmen, die derzeit im Markt aktiv sind.



Agentursteckbrief

- **Gründung:** Februar 2005 in München
- **Schwerpunkt:** Mobile Technologien
- **Geschäftsführer:** Devid Wagner und Alexander Wittkow
- **Mitarbeiter:** 17, davon 4 Studenten
- **Umsatz 2007:** im sechsstelligen Bereich
- **Kunden:** Benq Siemens, Cinemaxx, Kärcher, Mineralbrunnen, Serviceplan Gruppe, Sony und Wrigley in Deutschland; Digibet (GB), Arland Technologies, Bet-at-home und Teletrader Software AG (alle Österreich), Neue Aargauer Bank (CH) sowie Begawin.com (E)



Mobilisatoren: Das Team der Moconso Technologies GmbH entwickelt mobile Lösungen