

Digitalagentur mit Outdoor-App

IOSPHERE · Bei dem Kölner Startup tritt die Agenturtätigkeit immer stärker in den Vordergrund. Daneben entstehen aber auch eigene Apps für Outdoor-Fans und Städtetouristen.



Startup-Check

Kontakter stellt hier junge, interessante Unternehmen vor.

„Wir werden neben den eigenen Produkten vor allem das Agenturgeschäft stärken und hier die Akquise intensivieren“, sagt **Felix Lamouroux**, Mitgründer und Geschäftsführer des Kölner Startups **Iosphere**, über die aktuellen Pläne. Tatsächlich geht das Unternehmen zweigleisig vor: Es agiert einerseits

als Digitalagentur, kreierte aber zugleich Apps wie beispielsweise das GPS-Logbuch Trails oder den digitalen Reiseführer OffMaps. Obwohl die Agenturarbeit mittlerweile stärker in den Vordergrund rückt, soll das Geschäft mit den eigenen Produkten nicht vernachlässigt werden. Für das Frühjahr sind verschiedene Marketing-Aktionen für Trails geplant. „Neben der klassischen Pressearbeit setzen wir hier vor allem auf mobile Werbung via Facebook“, so Lamouroux.

INFO

Firmenname iosphere GmbH
Website <https://iosphere.de>
Adresse Moltkestraße 123-131, 50674 Köln
Gründung September 2010
Gründer Felix Lamouroux, Lukas Mollidor (beide Geschäftsführer)
Mitarbeiter neun
Finanzierung eigenfinanziert

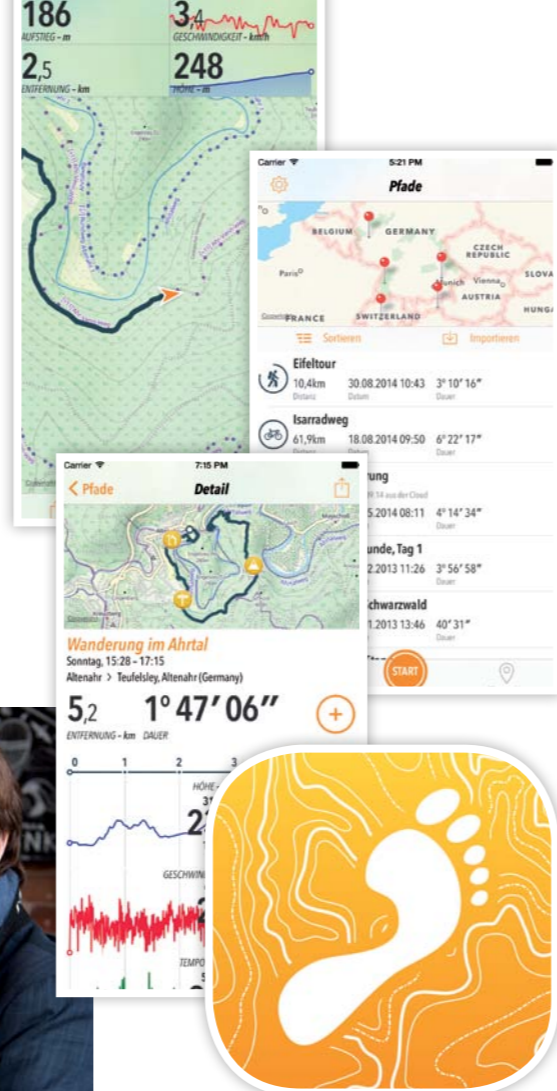


Gründer Lamouroux, Trails-Grafiken Apps für Unternehmen und Endkunden.

Wie sieht die Business-Idee aus?

Iosphere ist eine Digitalagentur, die sich auf die Entwicklung mobiler Anwendungen und Webseiten spezialisiert hat. Zugleich kreierte das Startup eigene Digitalprodukte im Bereich Outdoor (Trails) sowie Städtetourismus (OffMaps). Mit dem GPS-Logbuch Trails können sich Nutzer auch ohne bestehende Internetverbindung topografische Umgebungskarten anzeigen lassen. Die eigenen Aktivitäten werden zusammen mit Statistiken zu Höhenprofilen, Auf- und Abstieg, Geschwindigkeit und Gesamtdauer in der App gespeichert. Nach der Tour bereitet Trails die Statistiken grafisch auf. Bei OffMaps handelt es sich dagegen um eine Art digitalen Reiseführer, der aus unterschiedlichen Quellen Informationen zum besuchten Ort zusammenführt.

Wer ist die Zielgruppe? Was die Agenturtätigkeit anbelangt, so hat sich Iosphere zunächst vor allem an Kunden aus dem Tourismusbereich



gerichtet. Mittlerweile setzt das Startup aber auch mobile Projekte im Einzelhandel, für den Point of Sale und im Bereich E-Publishing um. Bei seinem Produkt Trails stehen primär Outdoor-Enthusiasten im Fokus. Die App OffMaps richtet sich dagegen an alle Städtereisende, die keine klassischen Reiseführer mitschleppen wollen.

Wie funktioniert das Business-Modell?

Mit Trails verfolgt das Startup erstmals eine Art Abo-Modell. Die App selbst ist kostenlos, einige Kernfunktionen können aber nur per In-App-Kauf freigeschaltet werden. Dies Angebot mit dem Namen Trails Pro kostet derzeit zwei Euro für sechs Monate.

Wo liegt der USP? Für Trails sieht das Startup vor allem den Detailreichtum als Alleinstellungsmerkmal. „Keine andere Outdoor-App bietet so viele Details während und nach der Aufzeichnung“, sagt Lamouroux. „Dazu gehören Live-Graphen, zoombare Detail-Grafiken und Heatmaps.“ frs

Branding für den neuen Job

JOBCLIPR · Die neue Stellenbörse will in den nächsten Tagen die Beta-Phase verlassen. Auf der Plattform können sich Jobsuchende und Unternehmen als Marke präsentieren.

Noch befindet sich die Jobbörse **Jobclipr** in der Coming-Soon-Phase. Doch schon in den nächsten Tagen soll die Seite mit vollem Funktionsumfang live gehen. „Wir haben noch einige weitere spannende Features in der Entwicklung, die allesamt in das Employee Branding einzahlen“, sagt Mitgründer und Managing Director **Tjalf Nienaber** gegenüber dem Kontakter. Expansionspläne gibt es auch bereits: Nach Deutschland soll die gesamte DACH-Region folgen und dann das englischsprachige Ausland. „Für entsprechende Marketingkampagnen planen wir eine Finanzierungsrunde im ersten Halbjahr 2015“, so Nienaber.

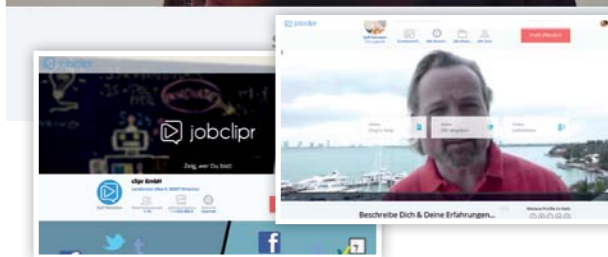
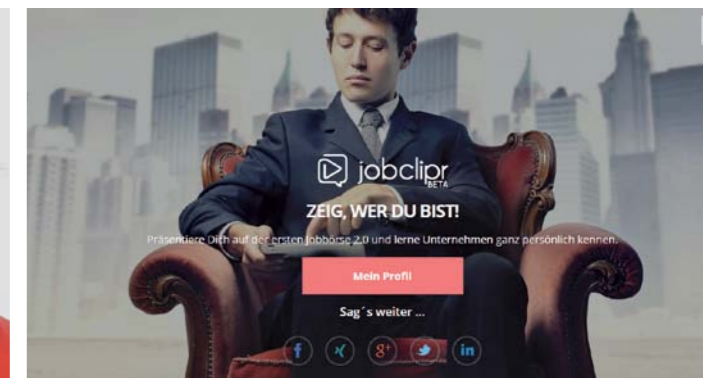
Wie sieht die Business-Idee aus?

Jobclipr versteht sich als Jobbörse 2.0, auf der sich Unternehmen und Personen mit Videos, Bildern, Social-Media-Feeds sowie Texten und Dokumenten präsentieren und kennenlernen können. Jobsuchende laden entsprechende Videos und Bilder hoch, vernetzen ihre Social Feeds und geben Einblick in ihre Qualifikationen und Erfahrungen. Unternehmen erweitern ihr Profil mit Stellenanzeigen und Jobvideos. Sie haben Zugriff auf die Profile der Jobsuchenden und können Nachrichten an sie versenden oder durch einen Like ihr Interesse an ihnen kundtun. Auch Jobsuchende können die Unternehmensprofile besuchen, sie liken und so ebenfalls ihr Interesse zeigen oder sich mit einem Klick auf eine Stellenanzeige bewerben. Förmliche Motivationsschreiben sind damit überflüssig.

Wer ist die Zielgruppe? Mit seinem Angebot richtet sich das Startup einerseits an Unternehmen, die nach Personal suchen oder sich präsentie-



Gründer Tjalf Nienaber, Jobclipr-Site Videos und Social Feeds für den entscheidenden ersten Eindruck.



ren möchten, um ihre Arbeitgebermarke zu stärken – unabhängig von Branche und der Größenordnung. Andererseits richtet es sich an Personen, die kurz- oder mittelfristig auf der Suche nach einem neuen Job sind und sich dafür selbst als Marke aufbauen wollen. Kernzielgruppe sind Schüler, Studenten, Universitäts-

INFO

Firmenname clipr GmbH
Website www.jobclipr.com
Adresse Landshuter Allee 8, c/o Emplawyers, 80637 München
Gründung September 2014
Gründer Tjalf Nienaber (Managing Director), Andreas Prager, Stephan Krull (beide Managing Partner)
Mitarbeiter fünf
Finanzierung k.A.



Absolventen, Young Professionals sowie Fach- und Führungskräfte oder Selbstständige.

Wie funktioniert das Business-Modell? Die Nutzung von Jobclipr ist für Jobsuchende kostenfrei, für Unternehmen stehen drei verschiedene Pakete zur Auswahl. Neben einem ebenfalls kostenfreien Einstiegpaket gibt es noch ein kostenpflichtiges Employer-Branding- sowie ein Recruiting-Paket.

Wo liegt der USP? Auf dem Markt der Stellenbörsen tummeln sich inzwischen Dutzende Anbieter, von **Stepstone** und **Monster** bis hin zu berufs- oder branchenspezifischen Anbietern. Im Gegensatz zu vielen Wettbewerbern setzt Jobclipr jedoch nicht auf ein Matching-Verfahren, sondern via Video, Bildern und Social Feeds auf den „entscheidenden ersten, persönlichen Eindruck noch vor dem ersten Gespräch.“ frs