

Groundsurfing – österreichische Schüler punkten bei einer internationalen Entrepreneurship Challenge in Russland

written by Julia Weinzettl - www.taskfarm.com

***Yannis Olschewski, Peter Seyfang und Mario Jandrisevits mit
ihrem Mentor Johannes Lindner, Initiator der Initiative für
Teaching Entrepreneurship (www.ifte.at)***

Groundsurfing heißt das Projekt von Yannis Olschewski, Peter Seyfang und Mario Jandrisevits, das im Rahmen der gemeinsamen Diplomarbeit entstand.

Über ihre Plattform soll man nicht nur internationale Fußballtickets zu normalen Preisen erhalten, sondern gleichzeitig Unterkunft und Fananschluß zum gemeinsamen Matchbesuch erhalten. Ihr Mentor Johannes Lindner, Initiator der Initiative für Teaching Entrepreneurship (www.ifte.at), brachte sie zur Entrepreneurship Challenge nach Rußland, wo sie mit der Idee zum vereinfachten Fußballtourismus die russische Jury überzeugten und den zweiten Platz gewannen.

Interview von Julia Weinzettl



Wie seid Ihr zu der Challenge gekommen?

Mario Jandrisevits: Wir hatten von Johannes Lindner Ende Oktober die Einladung teilzunehmen bekommen, weil noch Nachfrage bestand und es als Finalrunde eine Reise nach Moskau zu gewinnen gab. Mitte Oktober meldeten wir uns an, es gab drei Phasen, bei denen wir jeweils in die nächste Runde kamen, jetzt sind wir Ende November nach Moskau geflogen.

Und habt den zweiten Platz gemacht, Gratulation!

Hattet Ihr Eure Projektidee schon davor?

Peter Seyfang: Wir sind im Abschlußjahrgang auf der Schumpeter Handelsakademie in Wien 13 und müssen ein Projekt ausarbeiten. Weil wir selber fußballbegeistert sind und auch gerne auf Matches im Ausland gehen, ist uns die Idee gekommen, Fußballreisen einfacher zu machen. Wir haben uns schon vor dem Sommer zusammengesetzt, viel früher als wir müssten, weil es uns wirklich interessiert das Projekt auch zu machen. Die Struktur bestand daher schon, für den Wettbewerb machten wir noch eine Umfrage.

Um was es geht es bei Groundsurfing?

Yannis Olschewski: Bei Fußballreisen ins Ausland entstehen immer Mehrkosten bei der Ticketbeschaffung durch Ticketplattformen. Wir wollen Fußballfans aus aller Welt miteinander vernetzen, damit sie kostengünstig und mit dem größtmöglichen Erfahrungs- und Spassfaktor verreisen können.

Wie geht das?

Peter Seyfang: Ein Beispiel: Ich habe Verwandte in Manchester, in England. Als ich sie besuchte, wollte ich auf ein Manchester United Match gehen. Das war damals ein Cupspiel, ich versuchte in Österreich Tickets zu bekommen. Manchester United ist aber nicht darauf ausgelegt, an Fans aus dem Ausland Tickets zu verkaufen, daher sind sie um ein vielfaches teurer. Ich hätte für das Ticket statt 29 GBP 129 GBP bezahlen müssen. Mein Onkel hat aber Freunde, die Manchester United Fans sind und für mich das Ticket besorgten. Mit ihnen ging ich auch gemeinsam auf das Match. Mit ansässigen Fans mitzugehen, gemeinsam zu singen und danach ins Pub zu gehen, war natürlich die viel bessere Erfahrung. Unsere Ticketplattform soll sozusagen meinen Onkel ersetzen, sie soll die Verbindung zu lokalen Fans herstellen.

Wie kommen die internationalen Fußballfans auf eure Plattform?

Mario Jandrisevits: In Österreich ist unser Kooperationspartner der Betreiber des größten deutschsprachigen Fußballforums. Über dieses Forum konnten wir Kontakte mit unserer Zielgruppe knüpfen und durften dort auch posten. Als nächstes werden wir an die Zielorte fahren und die Zielgruppe über die Vereine direkt ansprechen. Das geht recht schnell, weil Fußballfans sehr gut vernetzt sind.

Yannis Olschewski: Zusätzlich gibt es Marketingmöglichkeiten, wie zum Beispiel über Youtube, hier werden in einschlägigen Kanälen 100.000 Klicks/ Woche erreicht. Mit gezielten Marketingmaßnahmen ist es möglich eine relativ große Zielgruppe in unseren Zielländern zu erreichen.

Was sind eure Zielländer?

Peter Seyfang: Wir haben eine Umfrage gemacht, an der vor allem Leute aus Österreich und einige aus Deutschland, Holland und England teilnahmen. Die populärsten Zielländer sind UK, vor allem England, dann Deutschland, Österreich und Spanien. Das sind die Länder, mit denen wir beginnen.

Wenn ich Member der Plattform bin und auf ein Spiel nach Barcelona möchte, was mache ich dann?

Peter Seyfang: Die Stadt und den Verein auf unserer Plattform eingeben. Als Ergebnis erscheinen alle Personen des Netzwerks, die Tickets besorgen können und die Übernachtungsmöglichkeiten anbieten, sollte das auch gewünscht sein.

Wie verdient ihr Geld?

Peter Seyfang: Wir verrechnen eine Buchungsgebühr, weiters bieten wir für Frequent Users eine Premiummitgliedschaft an, über die sie Rabatte und Goodies bekommen.

Wie war das Auswahlverfahren um an der Challenge teilzunehmen?

Mario Jandrisevits: Das war sehr lustig. In der ersten Runde mussten wir einen Fragebogen ausfüllen, der vermutlich mit Google Translate übersetzt wurde, daher auch Interpretationsspielraum offen ließ und ein Essay über die Idee schreiben. Ende Oktober kam die Info, dass wir es in Runde zwei geschafft hatten. Wir erhielten am 25. Oktober eine Email, die uns aufforderte, am 31. Oktober ein Pitchvideo abzugeben. Der Termin war mitten in den Herbstferien. Peter war zu dieser Zeit auf einer Fußballreise in Stuttgart, wir beide drehten das Video und er schnitt es in einer 'Nacht und Nebel' Aktion. Mitte November kam die Einladung nach Moskau, alles in sehr engem Zeitrahmen. Von 25. bis 29. November flogen wir nach Moskau.

Was geschah dort?

Mario Jandrisevits: An der Challenge nahmen zwölf Teams aus sechs Ländern teil. Österreich, Slowenien, Russland, Weissrussland, Turkmenistan, Tadschikistan und Kirgisien waren vertreten. Beim Pitchen wurde uns klar, dass hier eine andere Präsentationskultur herrschte. Die Präsentation war bei allen Teilnehmern – außer Österreich und Slowenien – beschränkt auf einen Präsentator, der an einem Pult die Inhalte ablas, die beiden Teammitglieder saßen daneben und klickten die Slides weiter. Für uns sehr ungewohnt, wir hatten uns in unserem Pitch auf Emotion und Storytelling konzentriert.



Yannis Olschewski: Auch ungewohnt, aber natürlich notwendig, war die Übersetzung. Jeder Satz, den wir auf englisch sprachen, wurde danach auf Russisch übersetzt, dadurch dauerte die Präsentation 45 Minuten. Wir bekamen gutes Feedback, es hat bestimmt geholfen, dass die Fußball WM im nächsten Jahr in Rußland stattfindet.

Am nächsten Tag wurden die Gewinner während des Synergy Global Forum Moskau 2017 vor 20.000 Menschen im Fußballstadion verkündet. Was war das für eine Veranstaltung?

Mario Jandrisevits: Das war eine große Inspirationsveranstaltung, ähnlich einer Tedxkonferenz.

Richard Branson hat unter anderen gesprochen, ebenso wie Nick Vujicic und Guy Kawasaki. Die Veranstaltung dauerte neun Stunden. Gegen Ende wurden die drei Gewinner der Challenge verkündet. Während dessen gab es auch Tanzauftritte und Feuerspucker, sehr imposant.

Yannis Olschewski: Eine Stunde bevor der Gewinner verkündet wurde, hat der Veranstalter uns angewiesen unter die Bühne hinunter gehen, weil wir jede Minute gerufen werden können. Zwölf Teams standen dort eine Stunde nervös. Wir haben natürlich nicht verstanden, was sie gesagt haben, denn es war fast alles auf Russisch.



Dann seid Ihr auf die Bühne gegangen.

Peter Seyfang: Das war sehr aufregend, wir haben sogar dem russischen Wirtschaftsminister die Hand geschüttelt und wussten es gar nicht. Es war ein bisschen surreal.

Was macht Ihr als nächstes?

Yannis Olschewski: Bis März 2018 steht die Diplomarbeit und der Schulabschluss im Vordergrund, danach werden wir uns der Plattform widmen. Man kann sich auf der Website aber schon für den Newsletter anmelden.

www.groundsurfing.com

[Blog groundsurfing](#)

www.ifte.at