



Die Urlaubsanbahner

Web 3.0 Mit einer neuartigen Form der Reisevermittlung will das Internetportal www.askerus.de das Tourismusgeschäft revolutionieren. Die Gründer des derzeit für Schlagzeilen sorgenden Start-Up-Unternehmens aus Mülheim sind zwei Studenten der Uni Essen/Duisburg.

Wenn einer eine Reise tut – dann führt ihn sein Weg zuvor meist erst einmal an den heimischen Rechner. Mit ein paar Klicks öffnet sich dem Reiselustigen im Netz ein riesiges Angebot an Trips in die ganze Welt. Die unbegrenzte Infolut des Webs ist dabei Vorteil und Fluch zugleich: Wer sich durch die unendliche Fülle von Reiseangeboten durchzukämpfen sucht, braucht dafür schnell länger als der Flieger ans Traumziel – und ist danach nicht selten erst Recht urlaubsreif.

Damit die verdiente Erholung nicht mehr unausweichlich mit enerzierender Wühlerei im elektronischen Heuhaufen einhergeht, bietet Askerus.de seinen Usern nun eine genial einfach anmutende Lösung: Der angehende Tourist muss seinen Traumtrip nicht mehr selbst aufspüren, sondern das maßgeschneiderte Angebot kommt zu ihm. Der Trick: Statt unzählige Reiseofferten auf persönliche Wünsche abzuklopfen, gibt er diese bei Askerus einmal in eine Maske ein – und braucht dann nur noch auf passende Angebote zu warten. Die Arbeit erledigen derweil mit Askerus zusammenarbeitende Reisebüros, die aus ihrem Programm das Gewünschte herausfischen und dem Askerus-User als Komplettangebot zukommen lassen.

Die Idee, dem Online-Bucher die Fahndungsarbeit abzunehmen und sie wieder jene machen zu lassen, deren Job es ohnehin ist – die Reisebüros – hatte der Wirtschaftsstudent Tarek Moussa. „Eine klassische Win-Win-Situation“, erklärt der 27-Jährige: „Reisebüros und Reisevermittler gewinnen neue Kunden hinzu, die sie zuvor ans Internet verloren haben. Und die Kunden profitieren von der individuellen Auswahl

und professionellen Beratung durch die Touristikprofis – ohne dafür zusätzlich zu bezahlen, denn der Service von Askerus ist für die User ja völlig kostenlos.“

Gestartet hat Moussa das Askerus-Projekt mit Kompagnon, Kommilitone und Sandkastenfreund Marco Simonis bereits im vergangenen Jahr. Die für Reisevermittler kostenlose Testphase endete im April, und der Schritt in die Gewinnzone gestaltete sich hoffnungsvoll: „Zurzeit sind rund 310 Reisebüros bei uns angemeldet.“ Knapp 20 Euro im Monat zahlen diese für den Service von Askerus, pro angenommener Kundenanfrage fallen noch mal zwei Euro an. Reich geworden sind die beiden Mülheimer bislang also noch nicht. Bei rund 20.000 Reisebüros in Deutschland ist das Wachstumspotenzial freilich äußerst viel versprechend.

Einer, der fest an die beiden Jungunternehmer glaubt und dazu nicht unwesentlich an der Realisierung von Askerus beteiligt war, ist der renommierte E-Commerce-Experte Prof. Tobias Kollmann von der Uni Essen/Duisburg. Als einer von drei „Business Angels“, die mit ihrem Know-how den Jungunternehmern Starthilfe gewähren, war er von Anfang an in die Gründung von Askerus involviert. „Prof. Kollmann schlug u. a. vor, mit Askerus im Touristiksektor aktiv zu werden, denn mit Reisen wird im Internet das meiste Geld verdient“, so Tarek Moussa. „Eigentlich wollten wir uns nämlich gleich auf sämtliche Branchen stürzen und gewissermaßen Ebay einmal komplett umdrehen – also für alle von dort bekannten Produktparten ein Suchangebot realisieren.“ Kollmann mahnte freilich die Konzentration auf einen Teilbereich an – ein Angebot bekannt zu

Mit Askerus ins Web 3.0

Während die User sich noch über die Errungenschaften des Web 2.0 freuen, befassen sich die Experten bereits mit der nächsten Stufe. Laut E-Business-Professor Tobias Kollmann klopft das Web 3.0 mit Askerus bereits an die Tür: „Der Trend heißt (m)e-Business. Hier wird der Kunde mit seinem individuellen Bedürfnis („me“) wieder in den Mittelpunkt gerückt.“ Die typischen Web 2.0 Angebote wie Blogs oder das populäre Video-Portal YouTube sind dadurch gekennzeichnet, dass auch die User unbegrenzte Möglichkeiten zur Bereitstellung von Informationen haben. Die Kehrseite der Medaille: Wachsende Reizüberflutung im Netz. Bezogen auf den E-Commerce bedeutet dies laut Kollmann: „Der Nachfrager hat zunehmend weniger Lust, sich in den Angebotswüsten im Internet zurechtzufinden.“ Die Lösung ist die Umkehrung des bisher üblichen Prinzips: vom Angebots- zum Nachfrage-Portal. Für den Touristikbereich leistet dies nun Askerus (www.askerus.de): Hier geben nicht Reisebüros ihre Pauschalangebote ein, sondern Reisewillige ihre Wünsche – und das so detailliert, wie sie mögen. Die angeschlossenen Reisebüros haben Zugriff auf die Gesuche und können dem potenziellen Kunden ihr Angebot unterbreiten. Damit dieser nicht erneut in einer Infoflut baden geht, werden ihm lediglich die ersten fünf Angebote unterbreitet – die schnellsten Reisebüros machen dabei das Rennen.

machen, so der Experte, sei anspruchsvoll genug. Ein Ratschlag aus berufenem Munde, zählt der Dozent für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik doch zu den Überfliegern in Sachen Electronic Business. Obwohl selbst erst 36, ist er nicht nur ein gefragter Fachmann und wurde jüngst gar mit dem Unesco-Award für sein Existenzgründerkonzept „netStart“ ausgezeichnet, sondern hat als Mitinitiator der elektronischen Gebrauchtwagenbörse Autoscout24.de auch Erfolge in der Praxis vorzuweisen. Verglichen mit Askerus freilich E-Commerce aus der Vergangenheit, und das sagt Kollman selbst: Für den smarten Jungprofessor verkörpert Askerus bereits den Schritt vom Web 2.0- ins Web 3.0-Zeitalter (siehe Infokasten).

Die Macher des zukunftsweisenden Projekts kommen vor lauter Arbeit in ihrer Mülheimer Firmenzentrale derweil gar nicht dazu, sich über das breite positive Echo auf Askerus gebührend zu freuen oder womöglich schon von einer Karriere nach Google-Vorbild zu träumen. Oder vielleicht doch? Tarek Moussa lacht: „Zufällig lese ich tatsächlich gerade die ‚Google-Story‘. Aber wir stehen erst am Anfang und wollen uns über rosige Zukunftsvisionen wie etwa einem lukrativen Verkauf des Unternehmens jetzt ganz sicher noch keine Gedanken machen.“

Zuvor warten erst einmal ganz andere Aufgaben auf die beiden Askerus-Macher, schließlich gilt es ja auch, ein Studium zu beenden. „Da führt kein Weg daran vorbei – den Uni-Abschluss habe ich meiner Mutter versprochen“, so der Sohn deutsch-ägyptischer Eltern schmunzelnd. Doch dazu ist momentan schlicht keine Zeit, denn schon warten neue Herausforderungen auf Moussa und Simonis: Als nächstes steht die Ausweitung des Askerus-Prinzips auf die Branchen Immobilien und Autos an. Themenbereiche, in denen sich die beiden als Mieter und Autofahrer vielleicht noch besser auskennen als in der Reisebranche. Denn selbst im Urlaub gewesen sind die umtriebigen Mülheimer „Urlaubsmacher“ vor lauter Tatendrang bereits seit Jahren nicht mehr.

Stefan Moutty