



## Pionier aus Leidenschaft

Intershop-Mitbegründer Karsten Schneider will mit einem Bonus-Programm neue Käufer ins Internet locken

Karsten Schneider hat in seiner beruflichen Laufbahn eigentlich alles erreicht. Als Mitbegründer des Software-Anbieters Intershop war sein erstes Unternehmen zur Boomzeit des Neuen Marktes an der Börse rund elf Milliarden Euro wert. Seine zweite Idee - der Online-Fotoservice Pixaco - wurde erst europäischer Marktführer, dann für einen mutmaßlich stattlichen Preis von Computer-Gigant Hewlett Packard (HP) aufgekauft. Schneider selbst stieg ins europäische Management des Weltkonzerns auf. Für den jugendlich auftretenden 48 Jahre alten Unternehmer kein Grund zum Ausruhen. Er nahm bei HP seinen Hut - "Ich arbeite lieber in kleinen Teams" - und wurde mit seiner Investmentgesellschaft namens Argiv eine Art ehrenamtlicher Berater des Internethandels. Doch das reine Verwalten des Familienvermögens wurde bald auch zu langweilig, und so fing Schneider Anfang dieses Jahres in Jena wieder von vorne an: mit einem Internet-Bonus-Programm namens Adicash.

Schneider macht keinen Hehl daraus, dass er seine Schäfchen im Trockenen hat. Im bunten Freizeithemd mit kurzen Ärmeln grinst er spitzbübisch: "Ich bin in einer völlig privilegierten Situation. Auf den geschäftlichen Erfolg bin ich nicht angewiesen." Dem begeisterten Hobby-Sportler - Waldlauf, Schwimmen, Wasserski, Surfen und Segeln zählt er zu seinen Lieblingsbeschäftigungen - deswegen fehlenden Ehrgeiz nachzusagen, wäre allerdings ein schwerer Fehler: "Ich trete an, um zu gewinnen. Wir wollen das größte Internet-Bonus-System in Europa werden", sagt Schneider.

Ein Bonus-System im Internet - das klingt nicht gerade nach einer innovativen Idee. Schneider verteidigt sich: "Die Geschäftsidee ist eine gänzlich andere als im Offline-Handel." Wegen der immer härteren Konkurrenz zwischen den Shops im Internet werde die Kundengewinnung immer schwieriger. "Wir versuchen, Käufer zu stimulieren. Ziel ist es, die Menschen davon zu überzeugen, im Internet statt im stationären Handel einzukaufen."

Der Anreiz für die potentiellen Internet-Einkäufer ist ein Bonus: Mindestens 2 Prozent vom Netto-Einkaufswert im Internet bekommt der Kunde bei Adicash gutgeschrieben. "Vereinfacht gesagt nehme ich 3 Prozent des Umsatzes als Vermittlungsprämie von dem Shop und schütte 2 Prozent wieder aus", sagt Schneider. Gesammelt werden bei Adicash keine Punkte wie bei konventionellen Bonus-Systemen, sondern Bargeld. Dafür reicht bei Adicash eine einfache Anmeldung mit E-Mail-Adresse. Hat der Kunde 30 Euro angespart, kann er sich den Betrag auf sein Konto überweisen lassen. Erst dann muss er auch eine Kontoverbindung angeben.

Für die Shops scheint sich das Geschäft zu lohnen. Mehr als 1600 Online-Versandhändler arbeiten inzwischen mit Adicash zusammen, darunter viele bekannte Namen. Allein beim Buchstaben A begegnet man unter anderem Autozubehör von Auto-Teile-Unger, Flügen von Air Berlin, Büchern von Amazon, Mietwagen von Autoscout, Telefonanschlüssen von Arcor und Versicherungen von Axa. Adicash sei das größte Bargeld-Bonusprogramm, tönt es direkt auf der Startseite des Portals. Allein ist Schneider mit der Idee der Bonusprogramme im Internet aber nicht. Etablierte Anbieter wie Payback und zahlreiche Neulinge wie Peterzahltaus.de, Aingiz oder Yenomi wetteifern um die Kunden. "Das sind pffiffige Jungens. Ich glaube, in diesem Marktstadium profitieren wir alle sehr voneinander", lobt Schneider die Konkurrenz. Als wahre Konkurrenz sehe er sowieso andere Bereiche: "Wir müssen den Shops mindestens so hohen Umsatz wie Google-Werbung und Online-Anzeigen bringen."

Dafür paukt Schneider seinen zehn Mitarbeitern vor allem eine Devise ein: Schnelligkeit - das sei bei einer Gründung sehr viel wichtiger als viel Kapital, sagt er. "Planung ist Makulatur. Der Endkunde entscheidet darüber, ob man überhaupt eine Chance hat. Man sollte möglichst früh mit der Idee an den Markt gehen und aufhören, wenn es nicht funktioniert." Auch bei Adicash drückt Schneider daher aufs Tempo: Im vergangenen September gegründet, ging das Portal nach nur drei Monaten Entwicklungszeit online. Inzwischen kann Adicash laut Schneider auf einen Stamm von mehr als 100 000 Kunden blicken. "Wir sind sehr viel schneller gewachsen, als wir erwartet haben. Vor allem mit der Höhe der Umsätze der einzelnen Kunden hätten wir nicht gerechnet", sagt Schneider. Der durchschnittliche Jahresumsatz für Interneteinkäufe liege nach Zahlen des Einzelhandelsverbandes bei rund 1400 Euro. "Unsere Kunden setzen deutlich mehr um."

Seit März hat Schneider mit Holtzbrinck Ventures und den Samwer-Brüdern (Gründer des Klingeltonanbieters Jamba) zwei namhafte Web-2.0-Investoren an Bord. Bekannt wurden beide Unternehmen, die eine Beteiligung von 25 Prozent halten, vor allem mit ihrer Investition ins Studentennetzwerk Studi-VZ, das sie später mit sattem Gewinn an die Holtzbrinck-Gruppe verkauften. Den Einstieg der neuen Gesellschafter betrachtet Schneider als Erfolg seiner Idee.

Dass der Vater zweier erwachsener Töchter und mutmaßliche Multimillionär sich den Gründungsstress immer wieder antut, hat profane Gründe, sagt er. "Ohne Arbeit ist mir langweilig." Und so sieht er sich auch in zehn Jahren noch im Internethandel - mit neuen Projekten natürlich.

OLIVER HOLLENSTEIN

Text: F.A.Z., 22.09.2008, Nr. 222 / Seite 17

---

© F.A.Z. Electronic Media GmbH 2001 - 2008  
Dies ist ein Ausdruck aus [www.faz.net](http://www.faz.net)