

14

**GRÜNDER
DER WOCHE**

Marketing über TV-Bildschirme in Handelsfilialen, angepasst an die jeweilige Filiale und die derzeitigen Angebote – das bieten Marketingprofi Thomas Peter Fischer und sein Partner, der Software-Experte Roland Grassberger, mit ihrem Unternehmen Grassfish an.



Thomas Fischer
macht Corporate-TV

1 Idee: „Ein Bäcker hat zum Beispiel je nach Tageszeit unterschiedliche Kunden. In der Früh die Schüler, dann die Berufstätigen und so weiter. Es geht also nicht darum, in seinen Filialen einfach einen Bildschirm aufzustellen und einen Werbefilm drüberrennen zu lassen, sondern es geht darum, dass er mit der Software die Werbinhalte am Bildschirm selbst innerhalb von zehn Minuten verändern kann.“

2 Kunden: „Zu unseren Kunden gehört Herba Chemosan, die 150 Apotheken in ganz Österreich ausrüsten lässt. Tchibo befindet sich seit einem Dreivierteljahr im Probeauf mit zwei Filialen.“

3 Ziele: „Wir wollen in den nächsten zwei Jahren europäischer Marktführer werden. In Österreich sind wir es schon. In Deutschland sind wir bereits durch Partner NEC vertreten, mit IBM gibt es ebenfalls eine Kooperation. Noch diesen Sommer eröffnen wir Grassfish Deutschland mit Sitz in Düsseldorf. Unsere Umsatzerwartungen liegen beim Software-Umsatz bei etwa einer halben Million Euro.“

4 Angebot: „Wir bieten die Software für Individualmarketing an, agieren aber auch als Generalunternehmer, wenn ein Kunde die Hardware und den Content ebenfalls braucht.“ (man)

gruender@
wirtschaftsblatt.at