

# Firmen entdecken die Blogger als Werbekanal

**Blog-Marketing** Zwei Jungunternehmer bringen mit ihrer Firma Trigami Blogger und Firmen zusammen. Bereits sind namhafte Investoren an Bord.

**T**rigami hat in Europa ein komplett neues Geschäftsfeld erschlossen: Die Firma, gegründet von den beiden 24-Jährigen Remo Uherek und Alain Aubert, betreibt Blog-Marketing. Trigami fungiert als Vermittler zwischen Firmen und Bloggern.

So funktioniert: Ein Unternehmen gibt Bloggern den Auftrag, über eines ihrer Produkte zu schreiben. Diese verfassen in ihren Blogs die entsprechenden Beiträge – und kriegen dafür Geld, egal, ob sie das Produkt loben oder kritisieren. «Die Blogger arbeiten unabhängig, und die Texte sind klar als Auftragsarbeit deklariert», versichert Trigami-Mitgründer und CEO Remo Uherek.

## Blogger waren zuerst skeptisch, jetzt begeistert

Reputationsängste waren denn auch der Hauptgrund für die anfängliche Skepsis in der Blogger-Gemeinde. Schleichwerbung im eigenen Blog würde der Glaubwürdig-



Die Trigami-Gründer Remo Uherek (links) und Alain Aubert.

keit des Verfassers enorm schaden. Doch mittlerweile zählen mehr als 2000 Blogger und 80 Firmen zu den Kunden von Trigami.

Längst nicht alle Auftraggeber kommen gut weg: Das Stellenportal [www.yourcha.com](http://www.yourcha.com) beispielsweise wurde von der Blog-Community heftig kritisiert. Die bisher umfassendste und erfolgreichste Blog-Kampagne betraf die Tauschbörse Exsila: Mehr als 50 Blogger schrieben über ihre Erfahrungen mit der Tauschbörse. «Exsila hat damit auf einen Schlag seinen Be-

kanntheitsgrad massiv erhöht», sagt Uherek.

Für die Blogger hat sich mit diesem Marketingkanal eine neue Verdienstmöglichkeit aufgetan. Reich wurden sie bis jetzt nicht. 1000 Franken beträgt jetzt der höchste Betrag, der ein Blogger mit Trigami im Monat verdient hat.

Ein Blog kostet im Durchschnitt 100 Franken, 70 Prozent fließen in die Taschen des Bloggers und der Rest zu Trigami. Trigami legt den Preis fest. Je höher die Reichweite des Blogs und je besser er

verlinkt ist, desto mehr Wert hat sein Beitrag für den Auftraggeber – und desto teurer wird es.

## Trigami beschäftigt heute fünf Leute

Die Idee des Blog-Marketings hat namhafte Investoren angezogen, darunter die beiden Unternehmer Peter Schüpbach und Nicolas Berg. Schüpbach nimmt zudem im Verwaltungsrat Einsitz, «Trigami hat mich mit ihrem Geschäftsmodell überzeugt», so der IT-Spezialist.

Es läuft rund: Trigami, seit Juni 2007 eine AG, beschäftigt mittlerweile fünf Angestellte und sucht wie wild nach IT-Praktikanten. Für Uherek, der das Unternehmertum im Blut hat und schon als Zwölfjähriger auf Flohmärkten Geld verdiente, wird es bestimmt nicht die letzte Firmengründung sein. «Der normale Karriereweg ist nichts für mich», sagt der Betriebswirtschaftler.

Manuela Specker

Geschäft mit Bloggern auf [www.cashdaily.ch](http://www.cashdaily.ch)

«Die Anleger werden erfolgreicher und zufriedener.»



Thorsten Hens  
Professor Uni  
Zürich, Mitgründer  
der BhFS GmbH  
[info@bhfs.ch](mailto:info@bhfs.ch)

## Können Sie in zwei Sätzen erklären, was die Behavioural Finance Solutions GmbH (BhFS), Zürich, den Kunden verkauft oder ermöglicht?

Unsere Kunden sind Banken. BhFS hilft ihnen, Anlageentscheidungen auf der Grundlage psychologischer Erkenntnisse zu strukturieren, zu treffen und auch durchzuhalten. Die Anleger werden erfolgreicher und zufriedener, so dass sie auch länger bei ihrer Bank bleiben.

## Warum haben Sie sich selbständig gemacht?

Weil es in der Praxis einen sehr grossen Bedarf gab, unsere wissenschaftlichen Kenntnisse zu verstehen und sie umzusetzen.

## Was waren für Sie die grössten Schwierigkeiten?

Bislang lief der Prozess sehr glatt. Zunächst hatte ich Aufträge als persönliche Beratungsmandate durchgeführt. Die Firmengründung erlaubt mir jetzt, diese zu bündeln und die Erträge daraus in zukünftige Entwicklungen zu investieren.

## Was sind Ihre Ziele?

Die Spitzenstellung des Finanzplatzes Schweiz im Private Banking zu festigen und weiter auszubauen. RA

# Nobelpreisträger erklären ihr Universum

**Forschung** Einmal im Jahr kriechen die Wissenschaftler nachts aus ihren Labors und mischen sich unters Volk. In Zürich ist es am 28. September so weit.

**W**er wissen will, wie man zu einem Nobelpreis kommt, fragt am besten Richard Ernst. Der ETH-Professor hat diese höchste aller Würden 1991 erhalten.

Der 74-jährige Chemiker ist sich nicht zu schade, nächste Woche an der «Nacht der Forschung» in Zürich Fragen der Besucher zu beantworten. Mit ihm zeigen 150 andere

Forscher, was sie in den Labors von IBM, der ETH und der Universität Zürich machen. Weil aber alle Theorie grau ist, laden sie für einmal zum Spielen ein.

Das ETH-Institut für intelligente Systeme stellt einen Flugroboter bereit. Die Chemiker lassen es an ihrer Show krachen und blitzen. Wer es wagt, sich einer Dusche aus kosmi-

scher Strahlung auszusetzen, darf sich an der Suche nach der dunklen Materie beteiligen – und das sind nur drei von dreissig Möglichkeiten, in die Welt der Forschung einzutauchen.

## Die EU finanziert das Projekt mit

Die Besucher zahlen gar nichts, die Veranstalter wenig. Um die Begegnung zwischen Forschern und

Bevölkerung zu ermöglichen, beteiligt sich die EU an ähnlichen Veranstaltungen in 31 Ländern. Die Zürcher bekommen 70000 Euro, das sind etwa zwei Drittel der Kosten, sagt Projektleiter Matthias Erzinger. Was sie mit dem Geld erreicht haben, zeigt sich am Freitag, 28. September, von 17 bis 24 Uhr am Zürcher Bellevue und am Zürichhorn. RA

## NEU IM MARKT

### GRÜNDUNGEN LETZTE WOCHE

Unternehmen	Anzahl
Aktiengesellschaften	134
Einzelfirmen	220
GmbH	206
Kollektivgesellschaften	25
Zweigniederlassungen	19
Andere	24
<b>TOTAL</b>	<b>628</b>

Powered by

**ofwi** Orell Füssli  
Wirtschaftsinformationen