

# NEUE KONSUMENTEN- PLATTFORM DANK DIGITALISIERUNG

Aus einer Diplomarbeit heraus entstand Codecheck.info, die wichtigste Konsumentenplattform im deutschsprachigen Raum. Diese im Prinzip uralte Idee konnte mithilfe neuer Technologien zum Leben erweckt werden. Die Digitalisierung wirkt dabei als Wegbereiter für das neue Geschäftsmodell. Als Leadinvestor unterstützt die Innovationsstiftung der Schwyzer Kantonalbank das Start-up-Projekt.

Codecheck.info entstand 2002 aus einer Diplomarbeit von Roman Bleichenbacher an der Basler Hochschule für Gestaltung. Er entwickelte eine Produktdatenbank, mit deren Hilfe die Nutzer zusätzliche Informationen über Konsumprodukte abrufen konnten. Das Kernstück bildete die Strichcode-Erkennung, auf der der Codecheck noch heute aufbaut. Wenig später erfassten Studienfreunde die ersten Produkte und schufen so den Grundstein zur Codecheck-Community.

Dazumal war die Idee ihrer Zeit voraus. Selbst Bleichenbachers Dozenten zweifelten am Geschäftsmodell des «User-Generated-Content» und bewerteten die Arbeit mitelmässig. Bleichenbacher liess sich davon nicht beirren, stellte seine Diplomarbeit ins Internet – und stiess auf ein riesiges Echo. Er erhielt zwischen 2004 und 2006 drei bedeutende Preise, darunter den Switch Innovation Prize (2004). Mittlerweile ist Codecheck die grösste Konsumentenplattform in Deutschland, Österreich und der Schweiz und liefert Informationen zu Inhaltsstoffen von Produkten.

## Ohne Digitalisierung kein Codecheck

«Zugegeben, die Idee einer Produktdatenbank ist nicht neu. Aber erst die Digitalisierung ermöglichte es, Produktdaten mit Bewertungen ohne Zwischenschritt zusammenzuführen und diese Vision in ein funktionierendes Geschäftsmodell umzusetzen», erklärt Boris Manhart, Managing Partner von Codecheck. Die Technologie war von Beginn weg der wichtigste Wachstumstreiber. Denn ohne Internet, Smartphones, Barcodeleser oder die grosse Online-Community würde das Unternehmen nicht existieren. Auch in der weiteren Entwicklungsphase machte sich Codecheck die fortschreitende Digitalisierung zunutze. So integrierte Codecheck im Jahr 2010 als eines der ersten Unternehmen in der Schweiz eine App für die gerade in Mode gekommenen Smartphones. Heute bildet diese App den Dreh- und Angelpunkt für Codecheck. «Mit der App sind wir näher beim Kunden als über eine browserbasierte Website. Mobile Internet ist keine Vision, sondern Tatsache.» Das nächste grosse Ziel sei es, «unsere App viel stärker in den

Shopping-Prozess zu integrieren». Denn das Smartphone sei beim Einkauf ohnehin mit im Spiel. Dem mobilen Internet kommt auch in Bezug auf Werbung, mit der das Unternehmen seine Einnahmen erzielt, zentrale Bedeutung zu.

## Innovationsstiftung der SZKB ermöglicht Wachstum

Bis 2013 war das Unternehmen abhängig von Stiftungsgeldern und der Mithilfe zahlreicher freiwilliger Mitarbeitender. Dank der Innovationsstiftung, die von der Schwyzer Kantonalbank unterstützt wird, konnte eine namhafte Investorengruppe, unter anderem mit Doodle-Gründer Myke Näf, gefunden werden. Damit liess sich das weitere Wachstum finanzieren und das Angebot verbessern. Markus Oswald, Geschäftsführer der Stiftung, erklärt: «Als Leadinvestor waren wir federführend in der Vorbereitung und Umsetzung der Finanzierung. Wir suchten Mitinvestoren und halfen bei Analysen und Bewertungen.» Mit Erfolg. Heute beschäftigt Codecheck sieben Mitarbeitende in der Schweiz und zwei in Bulgarien. Darunter sind auch Volontäre der ersten



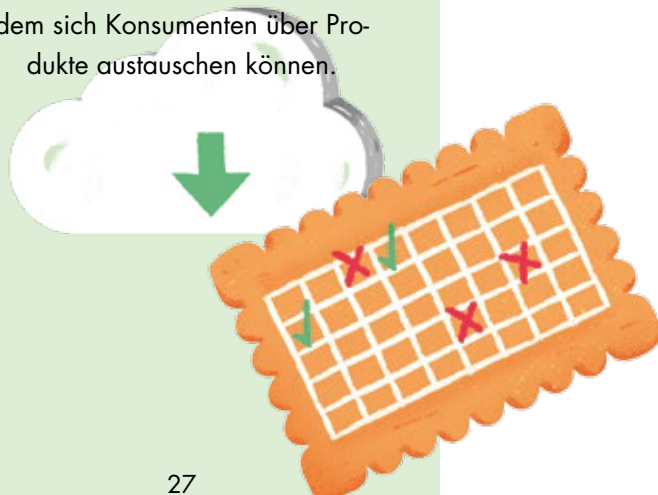
Stunde. In nächster Zeit ist der Ausbau eines Hubs in Deutschland geplant. «Seit unserem Engagement ist die Benutzerbasis um 300 Prozent gestiegen. Das Wachstum ist weiterhin hoch», freut sich Oswald, der als VR-Mitglied bei Codecheck engagiert ist.

### Digitale Geschäftsmodelle sind leichter kopierbar

Die Gefahr, kopiert zu werden, sei real, erklärt Manhart. Angst davor hat er aber nicht: «Digitale Geschäftsmodelle wie das unsere sind einfacher zu duplizieren als jene von Produktionsbetrieben, wo zuerst viel Geld in Produktionsmittel investiert werden muss.» Was das Kopieren von Codecheck erschwere, sei seine enorme Produktdatenbank: «Aktuell sind bei uns 25 Millionen Produkte registriert. Damit besitzen wir europaweit die grösste Datenbank für Inhaltsstoffe und Nährwerte.» Codecheck will schnell weiterwachsen und das Angebot erweitern, um seine Position zu festigen und der Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein. Codecheck schiebt bereits auf den angelsächsischen Raum und weitere europäische Länder.

## CODECHECK

Codecheck.info ist ein Online-Produktlexikon, das kostenlos Informationen zu über 25 Millionen Konsumprodukten zur Verfügung stellt. Konsumenten erhalten einen Überblick über die Inhaltsstoffe, Labels, Nährwerte, Hersteller und die Herkunft eines Produkts. Gleichzeitig ist Codecheck.info ein Ort, an dem sich Konsumenten über Produkte austauschen können.



### FOKUS: Kommen digitale Unternehmen einfacher in den Genuss einer Finanzierung?

Markus Oswald: Überzeugende Geschäftsmodelle, egal, ob in der Old oder der New Economy, finden immer eine Finanzierung. Der Hauptunterschied liegt darin, dass digitale Geschäftsmodelle weniger kapitalintensiv sind. So erbringen sie schneller den Tatbeweis, ob ihr Modell funktioniert. Die Schwierigkeit in der digitalen Welt liegt darin, aus den unzähligen Ideen für Apps und Plattformen die richtigen herauszupicken.

### Was gab den Ausschlag für das Investment in Codecheck?

Wir sind fest davon überzeugt, dass das Thema «gesunde und nachhaltigere Ernährung» ein grosses Bedürfnis ist. Codecheck hatte bereits eine solide und wachsende Benutzerbasis und war international tätig. Zudem versteht das Führungsteam sein Geschäft und bringt das richtige Know-how mit, um die Ideen umzusetzen.

### Der Interviewpartner

Markus Oswald,  
Geschäftsführer  
Innovationsstiftung