

A close-up portrait of Thomas Promny, a man with spiky blonde hair and a light beard, smiling broadly at the camera. He is wearing a white collared shirt. The background is dark and out of focus.

Mario Fischer

»Promnynente Persönlichkeit

Thomas Promny gehört als Hamburger Unternehmer sicherlich zu den wenigen sehr bekannten Menschen in der Online-Szene und kann für den deutschsprachigen Raum durchaus als Urgestein des Online-Marketings bezeichnet werden. Er ist beteiligt an unzähligen Unternehmen und Sättigungseffekte sind bisher nicht abzusehen. Was sind die Geheimnisse des Erfolgs?

WB: Thomas, du bist ja nicht nur optisch* ;-) eine herausragende Persönlichkeit in der Online-Szene. Wie lange bist du denn schon in diesem Geschäft und wie hast du als Onliner damals angefangen?

Thomas Promny: Süße Fußnote. Kannst du nicht „3 Meter“ schreiben? Das glauben bestimmt auch viele.

Ich habe 1999, während der Schulzeit noch, angefangen, meine ersten werbefinanzierten Webseiten zu bauen. Das ging ziemlich schnell gut voran, da es damals gutes Geld für schlechte Werbung gab. Der Markt steckte ja noch sehr in den Kinderschuhen und niemand hatte

Erfahrungen, wie hoch TKPs für Online-Werbung sein sollten.

Auch wenn die Jahre 2001 und 2002 nach dem Crash wesentlich schwieriger waren, habe ich dennoch seitdem nichts anderes getan, sondern immer weiter Internet-Projekte und -Unternehmen, teilweise zusammen mit verschiedenen Partnern, aufgebaut.

Deine Einkaufsplattform „Gimahot.de“ läuft sehr erfolgreich. Aber solche Plattformen gibt es sehr viele im Web. Was ist dein Rezept bzw. wie hast du es geschafft, fast an die 300.000 Kunden dafür zu begeistern?

Meiner Erfahrung nach gibt es so gut wie nie ein eindeutiges Erfolgsrezept. Viele Faktoren machen Unternehmen mehr oder weniger erfolgreich. Für die aktuell 300.000 Kunden haben wir auch ein paar Jahre gebraucht und viel Arbeit und Geld in SEO, SEM, Preisvergleiche und vieles mehr gesteckt.

Ich denke, es gibt einfachere Wege, auf 300.000 Kunden zu kommen, als Online-Retail. Auf der anderen Seite kann so eine Plattform, wenn man denn den langen Weg gegangen ist und sie auf einem gewissen Niveau etabliert hat, auch eine schöne und stabile Kundenbindung erreichen, was beispielsweise vie-

* Anmerkung der Redaktion: Thomas Promny ist über zwei Meter groß und daher auf allen Veranstaltungen auch in größeren Menschemassen leicht auszumachen.

len SEO-Projekten nicht gelingt.

Du trittst auch als Investor auf und beteiligst dich ab und zu an erfolgversprechenden Webideen. Was muss ein Unternehmer denn mitbringen, um dich zu begeistern bzw. nach welchen Kriterien wählst du die Projekte aus, an denen du dich beteiligst?

Ich beteilige mich nie nur mit Geld, insofern ist der Begriff Investor eher nicht so korrekt. Geld geben viele andere billiger her als ich. Ich beteilige mich nur selten und nur dann an Unternehmen und Teams, wenn ich auch etwas zum Erfolg beitragen kann. Die meisten, an denen ich jetzt beteiligt bin, habe ich mehr oder weniger auch erst initiiert.

Dazu kommt natürlich noch das Vertrauen in das Team und das Erfolgspotenzial des Geschäftsmodells. Dazu gibt es viel Theorie, aber in Wahrheit geht es doch meistens um das Bauchgefühl. Dabei liege ich mit meiner Erfahrung vielleicht nicht ganz so oft daneben wie ein Sparkassenberater, aber natürlich habe ich auch Beteiligungen, die nicht so funktioniert haben.

Eine Insolvenz war bisher allerdings noch nie dabei.

Welche deiner vielen Plattformen macht dir denn aktuell am meisten Freude? Hast du denn überhaupt noch einen Überblick?

Den Überblick habe ich immer. Ich beteilige mich, wie gesagt, nicht wahllos an möglichst vielen Unternehmen. Auf der einen Seite, weil ich dann nicht mehr das Gefühl habe, etwas Sinnvolles beitragen zu können. Auf der anderen Seite aber auch, weil ich in der glücklichen Lage bin, mir relativ frei aussuchen zu können, woran und wie viel ich arbeiten möchte. Und ich glaube nicht an Glück, Erfolg oder besonders hohe Produktivität durch 18 Stunden Arbeit täglich. Also beschränke ich mich auf eine überschaubare Zahl von Unternehmen, um die ich mich immer gut kümmern kann und zwi-

schen denen natürlich auch immer schöne Synergien entstehen, das macht dann Spaß.

Welches Thema am meisten Freude macht, ist nicht immer so leicht zu beantworten. Dann sind ja die nicht genannten Unternehmen traurig. Am meisten Freude macht mir derzeit eigentlich unser neues Büro, in dem mehrere meiner Firmen in Hamburg zusammensitzen mit einem tollen Blick auf Elbe und Hafen. Man verbringt ja doch viel Zeit im Büro, also finde ich, sollte man sich dort auch wohlfühlen.

Auf Gimahhot hast du einen „Gefällt mir“-Button für Facebook eingebaut. Damit bekommt Facebook von jedem eingeloggten Besucher allein durch den Seitenaufruf exakte Interessen aus deinem Portal gemeldet – und erklärtermaßen nutzt Facebook diese Profile ja selbst für Werbezwecke. Einige Experten vermuten, Facebook könnte bald selbst anfangen, Verkäufe zu aggregieren. Überwiegt denn der Nutzen für dich gegenüber dieser potenziellen Datenlieferung an den vielleicht zukünftigen Mitbewerber Facebook?

Die strategische Frage ist ja die gleiche wie vor langer Zeit beim SEO: Soll ich einem ohnehin immer absolut übermächtigen Partner, der gleichzeitig auch ein Gegner ist, meine Daten oder meinen Content zum Fraß vorwerfen?

Wenn ich mitspiele, kann ich Traffic gewinnen.

Wenn ich nicht mitspiele, bekommen sie die Daten bzw. den Content, den sie haben wollen, von einem anderen.

Wenn Google oder Facebook wollen, können sie mit ihrer Marktmacht jedes Geschäftsmodell verdrängen. Zum Glück gibt's aber auch einige davon und die können nicht alles gleichzeitig machen.

Wie viele erfolgreiche Online-Marketers hast du, Gerüchten zufolge, eine recht hmmm ... „bewegte“ Ver-

gangenheit und Matt Cutts, der oberste Spammhüter bei Google, soll dich in einem Interview sogar mal als Black Hat SEO bezeichnet haben. 2008 hast du die Auszeichnung „Black Hat – SEO Skype Chat Member“ erhalten. Würdest du sagen, dass man sich erst richtig auskennt, wenn man auch mal in die Tiefen der dunkleren SEO-Szene abgetaucht ist?

Es gibt sicher auch gute Online-Marketer, die keine SEOs waren. Aber ich finde schon, dass einige der schlauesten und kreativsten SEOs sind oder mal waren. Dafür spricht aus meiner Sicht, dass Marketing im Internet allgemein immer analytischer, mathematischer und technischer wird. Für diese Zukunft ist SEO wohl eher eine passende Schule als ein Marketingstudium, das klassische Vorstellungen von Markenbildung und Zielgruppentheorien vermittelt. Diese klassischen Instrumente werden auch im Internet ihre Berechtigung haben, aber das Wachstum steckt meiner Erfahrung nach eher in der Technologie und der Kreativität, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Du hast erst vor Kurzem wieder ein hervorragendes Booklet über Werbevermarktung im Internet veröffentlicht. Und das ganz umsonst (<http://revenuemax.de/vermarktung>). Was treibt dich bei deinem sicherlich sehr knappen Zeitbudget an, solche Dinge kostenlos zu verbreiten?

Der Tag hat ja für alle die gleichen 24 Stunden, habe ich mal gehört. Das Schreiben macht mir Spaß, es war ja auch nicht mein Erstes.

(<http://redir.ec/TPBuecher>)

Die kostenlose Verbreitung als PDF ist der eigentliche Zweck der Bücher. Mit dem Verkauf verdiene ich so gut wie nichts, aber als Marketingtool sind sie sehr erfolgreich. Sie helfen dem Leser, ein Thema besser zu verstehen und eine mögliche Lösung zu finden. Im Beispiel des aktuellen Buchs ist das die Vermark-

tung seiner Webseite mit RevenueMax.

Worum geht es denn bei dem neuen Unternehmen RevenueMax?

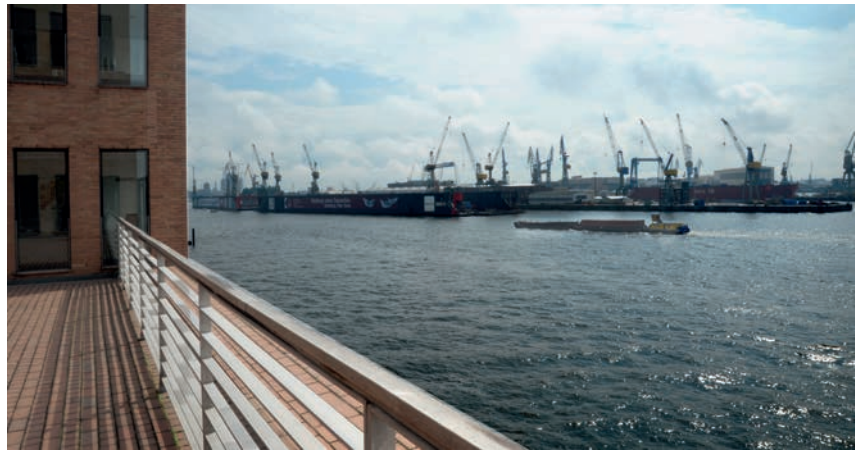
Die RevenueMax AG bietet ein neuartiges Vermarktungsmodell, ist sozusagen ein „Vermarkter 2.0“. Wir helfen Webseitenbetreibern, ihre Werbeflächen effizienter zu monetarisieren und die Intransparenz in der Online-Vermarktungsbranche zu verringern.

Dazu bildet RevenueMax ein Meta-Vermarktungsnetzwerk, das seine Kampagnen aus den bestehenden Vermarktungsnetzwerken wie AdScale, Adjug, AdSense, Adconion und vielen weiteren bekommt und diese dann gegeneinander optimiert. Das Ziel dieser Optimierung ist der maximale eTKP für den Webseitenbetreiber.

Jeden Tag haben ja motivierte Menschen eine „geniale“ Idee, um im Internet Geld zu verdienen. Was ist dein Rat bzw. worauf kommt es deiner Meinung nach wirklich an, damit sich der Erfolg zumindest mittelfristig einstellt?

Natürlich erzählen mir auch viele komische Menschen wilde Ideen für Online-Unternehmen, die immer extrem nah an der Weltherrschaft sind, wenn auch nur auf dem Papier. Aber ich habe mir angewöhnt, niemandem davon abzuraten, es zu versuchen. Immerhin ist das Risiko überschaubar, man braucht nicht viel Geld, um zu probieren, ob etwas eine Chance hat. Volkswirtschaftlich ist es ja gut, wenn es viele versuchen. Immerhin wird es immer auch ein paar geben, die ich für total aussichtslos halte und die trotzdem sehr erfolgreich werden.

Den allgemeinen Rat, womit man mit Sicherheit online Geld verdienen wird, habe ich natürlich nicht. Das Thema ist ja schon vielseitig und letztlich können wohl auch im Internet alle Wege nach Rom führen.



Was ist denn aus deiner persönlichen Sicht weltweit das derzeit heißeste Thema bzw. Projekt im Web?

Ich bin besonders gespannt darauf, wie Facebook den Werbemarkt verändern wird. Ich denke, hier steht uns in den nächsten Jahren eine sehr grundlegende Veränderung bevor, bei der sich besonders die Frage stellen wird, wer, warum, für wen und mit welchem Monetarisierungsansatz in Zukunft noch Inhalte produzieren wird.

Früher brauchte Maggi eine Zeitschrift namens Brigitte, um Hausfrauen zu erreichen, die gern kochen. Auf einzelne Nutzerprofile ausgerichtete Werbung, wie Facebook sie liefern kann, wird das viel genauer und effizienter können.

Das klassische Content-Modell, in dem ein Verlag Inhalte produziert, um eine interessante Zielgruppe dann mit Werbung beliefern zu können, steht dann aus meiner Sicht ziemlich grundsätzlich infrage.

Google will nun ja zusammen mit starken Partnern das Internet mit dem Fernsehen verschmelzen. Die bisherigen internetfähigen Fernseher standen ja eher wie Blei in den Regalen. Experten meinten dazu, dass Fernseh- und Internetkonsum auf einem Gerät nicht wirklich richtig gut zusammenpassen. Was meinst du – ist die Zeit mittlerweile reif oder werden wir den nächsten Flop erleben?

Dass die Verbreitung solcher Geräte nicht rasend schnell geht, überrascht mich nicht. Es ist ja ein klassisches

Henne-und-Ei-Problem. Solange niemand so ein Gerät hat, baut auch niemand Anwendungen dafür. Und wenn es keinen Anwendungen gibt, sprechen die Geräte auch keine Käufer an.

Ich habe seit Jahren ein Windows Media Center im Wohnzimmer und bin damit sehr zufrieden. Aber für viel mehr als zeitversetztes Fernsehen (immerhin eine großartige Sache) kann man das Ding auch nicht nutzen. Eine weitere in der Reihe der vielen verpassten Chancen von Microsoft.

Früher oder später wird aber Google, Apple oder noch jemand anderes dieses Thema schon lösen. Langfristig sehe ich keinen Grund dafür, warum TV und Internet nicht verschmelzen sollten. Die Killer-Apps dafür sind ja nicht so schwer vorstellbar. Ob es interaktives TV oder nur individuelles Fernsehprogramm via Youtube sein wird, wird sich zeigen.

Wenn man Deine Tweets (<http://twitter.com/ThomasPromny>) verfolgt, gewinnt man den Eindruck, du ernährst dich ausschließlich von Steaks. Wo gibt es denn die besten in deiner Heimatstadt Hamburg? Und wo die besten der Republik?

Der Eindruck täuscht ein wenig, aber ich muss natürlich zugeben, dass ich schon gern [Steaks](#)* esse. Das beste Steak Hamburgs gibt's zweifellos im Butcher's (Milchstraße Ecke Magdalenenstraße). Ein ähnlich gutes Steakrestaurant ist mir in Deutschland auch sonst noch nicht über den Weg gelaufen.

Vielen Dank für dieses Gespräch! ¶

* siehe Glossar Seite 96-98