

IEG Press Clipping

www.ftd.de, 02.11.2006

Werbe-Größe Ströer investiert in Web 2.0

von Dirk Benninghoff (Hamburg)

Die Euphorie um das Web 2.0 hat Deutschlands größten Werbeflächenvermarkter Ströer erfasst. Nach FTD-Informationen investiert die Beteiligungstochter des Unternehmens in das Start-Up Sevenload. Die Bewertung der Plattform ist dem neuen Internet-Hype angemessen.

Das Kölner Unternehmen bietet Mitgliedern ähnlich wie der erfolgreiche US-Wettbewerber Youtube die Möglichkeit, Videos und Fotos online zu stellen. Sevenload bezeichnet sich selbst als führende unabhängige Video- und Foto-Community in Deutschland. Das Geld soll in die internationale Expansion gesteckt werden. Wie Sevenload-Chef Ibrahim Evsan FTD Online sagte, sollen lokale Seiten für die großen europäischen Länder wie Frankreich und Großbritannien eröffnet werden.

Insgesamt wird der Unternehmen jetzt bereits mit 130 Mio Euro bewertet. Sevenload, erst im April dieses Jahres gegründet, peilt nach Zahlen von Unternehmensinsidern 2008 rund 30 Mio. Euro Umsatz und einen Gewinn vor Steuern und Abschreibungen (Ebitda) von rund 10 Mio. an. Noch ist die Plattform aber sehr klein: Im Monat Oktober kam sie auf zehn Millionen Seitenabrufe. Bei Youtube sind es mehr als zehn Mal so viel an einem einzigen Tag.

Ströer-Effekt soll Sevenload voranbringen

Mit Ströer hat das Unternehmen laut Evsan einen "idealen strategischen Partner" gefunden. Ströer besitzt in Deutschland 220.000 Außenwerbeflächen wie Plakatwände, die künftig auch Sevenload offen stehen. Langfristig will das Unternehmen laut Chef Evsan nicht nur Videos auf der eigenen Plattform anbieten, sondern vor allem andere Internetseiten beliefern.

Der Expansion soll auch ein weiterer Geldgeber dienen. Evsan kündigte den Abschluss der nächsten Finanzierungsrunde noch für diesen Monat an. Während Ströer ein strategischer Partner sei, solle das nächste Geld wieder klassisches Venture Capital sein, also ein reines Finanzinvestment.