

GründerTalk: Lerne, Nein zu sagen

UpVisit macht physische Orte interaktiv erlebbar

Stellen Sie sich und das Start-up UpVisit doch kurz unseren Lesern vor!

Sehr gern! Mein Name ist Katharina Aguilar, Mitgründer*in und CEO von UpVisit, der ersten App für neue „phygital“ Erlebnisse. Mit UpVisit wollen wir mit meinen Mitgründer*innen Alicia Sophia Hinon (Co-CEO) und Baver Acu (CTO) und dem gesamten Team wieder mehr Leben in unsere Innenstädte bringen.

UpVisit ist die einzige Plattform, die es analogen Orten (sogenannten “Places”) – Museen, Shops, Märkten, Showrooms sowie Messen und vielen weiteren – ermöglicht, unabhängig von Größe, Kapazität und Budget ein maßgeschneidertes digitales und immersives Erlebnis zu entwickeln und ihre Präsenz off- und online zu erweitern. Ziel ist es, die Leute wieder aus ihren Wohnungen und in die Städte zu locken.

Warum haben Sie sich entschlossen, ein Unternehmen zu gründen?

Wir reden immer mehr über Smart Cities, schaffen es aber nicht, die Angebote zu entwickeln, um Menschen in die Städte zu ziehen oder dort zu halten. Bereits jetzt finden 60 % aller Interaktionen online statt, und dieser Trend nimmt stetig zu. Die Konsequenz: Physische Orte fallen in der digitalen Welt zurück. Wir haben UpVisit gegründet, um dieser dramatischen Entwicklung entgegenzuwirken.

Unserer Meinung nach sind Physische Orte die Quelle für eindrucksvolle Lebenserfahrungen, die die rein virtuelle Welt nicht bieten kann. Heute haben Betreiber*innen den Bedarf zur Digitalisierung erkannt und schreiben jährlich tausende Apps aus. Wollen Orte nicht nur in einer digitalen Karte erscheinen oder alleinstehende Displays installieren, sondern spannende, multimediale Customer Journeys anbieten, bleibt ihnen heute nur die Eigenentwicklung oder der Gang zu Agenturen – beides enorm teuer und zeitintensiv. Mit der UpVisit-Technologie, die auf QR-Codes und einem KI-gesteuerten CMS basiert, können sie rund 90 % an Kosten und Aufwand einsparen.

Was war bei der Gründung von UpVisit die größte Herausforderung?

Mit unserem derzeitigen Team haben wir bereits Großes erreicht: ein marktnahes Produkt, das bei den Kunden sehr gut ankommt. Dennoch, eine gute Finanzierungsrunde auf die Beine zu stellen, ist eine andere Geschichte.

Angesichts des derzeitigen wirtschaftlichen Klimas und des risikoscheuen Umfelds müssen wir uns außerordentlich bemühen, um die richtigen Leute zu finden, die in Lösungen wie unsere investieren. Wir erfahren auch, dass wir als weibliches Gründerteam in einer tendenziell von Männern dominierten Investmentwelt doppelt herausgefordert sind.

Dennoch bleiben wir entschlossen und zuversichtlich, dass unsere Lösung den Nutzer*innen in vielen Bereichen neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnen kann. Unser Team und unsere Vision sind unsere größten Trümpfe.

Kontakt: Dorothea Wunderle / Head of Marketing & Operations / dorothea.wunderle@upvisit.io

Kann man mit einer Idee starten, wenn noch nicht alles perfekt ist?

Absolut! Beim Gründen muss man sich im Klaren darüber sein, dass man auf Sicht fährt und nicht alles von Anfang an perfekt sein wird. Diese Entwicklung sollte man nicht als unangenehm empfinden, sondern als eine natürliche Phase des Unternehmertums.

Wir arbeiten sehr eng mit unseren Kunden zusammen, um die App und das CMS kontinuierlich zu verbessern. Wir sind bestrebt, unsere Lösungen so schnell wie möglich auf den Markt zu bringen, um wertvolles Feedback zu erhalten. Bei unseren Demo-Terminen verlieben wir uns immer wieder aufs Neue in unser Produkt und sehen genau darin eine spannende Reise zur kontinuierlichen Verbesserung.

Welche Vision steckt hinter UpVisit?

Wir haben eine ganz klare Vision: Wir sehen die Verflechtung von digitaler und realer Welt als Schlüssel, um neue, unterhaltsame und immersive Erlebnisse zu schaffen. Der Schritt ins digitale Zeitalter darf dabei nicht länger eine teure und komplexe Hürde sein.

Wer ist die Zielgruppe von UpVisit?

Ob Museen, Geschäfte, Einkaufszentren, Showrooms, Erlebnisorte oder Städte – UpVisit kann für jedes stationäre Geschäft eingesetzt werden. Diese Places, wie wir sie nennen, leben von Menschen und Interaktionen. Das Problem ist, dass die Kund*innen sich immer mehr auf die Technologie verlassen statt auf echte Verbindungen. Deshalb wollen wir den Places helfen, digitale und immersive Erlebnisse in ihre Läden zu integrieren, um die Menschen wieder zurückzuholen. Wir arbeiten bereits mit vielen Geschäften und Kultureinrichtungen rund um Stuttgart zusammen, wie z.B. vomFASS, Kulturinsel oder Messe Stuttgart. Sie alle haben sehr gute Erfahrungen damit gemacht, mehr Kunden zu binden und die Sichtbarkeit zu unterstützen.

Wie funktioniert UpVisit? Wo liegen die Vorteile? Was unterscheidet Sie von anderen Anbietern?

Die Plattform hat zwei Ebenen: Die Betreiberseite und die B2C-Ansicht.

Betreiber*innen können innerhalb weniger Tage eine personalisierte und multidimensionale Customer Journey mit Spielen, Bildern, Videos, Indoor Navigation, Audiodateien oder 3D-Grundrissen einfach per Drag-und-Drop erstellen. Außerdem steht ihnen UpVisit bei der Erstellung von Inhalten und Materialien mit integrierter KI zur Seite. Dadurch beobachten die Geschäfte eine erhöhte Kundenzufriedenheit und -aktivierung: Besucher*innen bleiben länger vor Ort, erhöhen ihren Warenkorb und kommen eher zurück oder betreiben positive Mundpropaganda. Aufgrund dieser Faktoren, sowohl auf individueller Ebene als auch im gesamten Ökosystem, steigen die Sichtbarkeit und der Umsatz.

Für Nutzer*innen lassen sich schnell spannende Places in der Nähe finden und als Favoriten speichern. Beim Besuch des Ortes können Nutzer*innen durch einige gut platzierte QR-Codes auf multimediale und mehrsprachige Informationen zurückgreifen: von Speaker Line-ups auf Messen, Aromaprofilen im Weinladen, Challenges und Touren auf Messen, Navigation oder Audiodateien im Museum. Damit unterscheidet sich UpVisit deutlich von anderen Apps, wie zum Beispiel Google Maps: Orte können nicht nur gefunden, sondern mit derselben App auch vor Ort interaktiv erlebt werden.

Kontakt: Dorothea Wunderle / Head of Marketing & Operations / dorothea.wunderle@upvisit.io

UpVisit wo geht der Weg hin? Wo sehen Sie sich in fünf Jahren?

Der Weg ist klar, und das Potenzial ist riesig: Drei von vier analogen Orten planen, in den nächsten fünf Jahren ein digitales Erlebnis anzubieten. In dieser Zeit können wir rund 30.000 Places in die App integrieren und einen Umsatz von 120 Millionen Euro generieren. Um uns dafür aufzustellen, befinden wir uns heute in einer Seed-Runde über die Crowdfunding-Plattform Companisto (dort läuft die Kampagne noch bis Mitte November und wir freuen uns über jede neue Beteiligung).

Seit März 2023 haben wir bereits eine Kundenzufriedenheit von 100 % (in Befragungen vor Ort) erreicht und konnten in weniger als einem Jahr rund 60 Places – von Berlin über Stuttgart bis Mallorca – onboarden. Das macht uns unheimlich stolz und gibt uns die Gewissheit, auf dem richtigen Weg zu sein. In der Tat wachsen wir ständig und verbessern unsere Features, zuletzt bereits mit der Erstellung von KI-Bildern und -Audiomaterial.

Zum Schluss: Welche 3 Tipps würden Sie angehenden Gründern mit auf den Weg geben?

1. Ein schlechtes Feedback ist viel hilfreicher als ein Gutes. Aber bitte nicht persönlich nehmen. Offen annehmen und damit weiterarbeiten.
2. Only quality people: die menschliche Qualität über alles stellen – beim Team, bei Kunden und bei Investoren. Entscheide nach der menschlichen Qualität und nicht ausschließlich nach dem Skill-Set, ob du mit jemandem den Weg gehen willst.
3. Lerne, Nein zu sagen.

Wir bedanken uns bei Katharina Aguilar für das Interview

Aussagen des Autors und des Interviewpartners geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion und des Verlags wieder.