

www.foerderland.de, 27. Januar 2009

Interview mit Julia und Gregor von dem Knesebeck

"Marktanalysen haben uns gezeigt, dass es im Buchbereich eine Marktlücke im Internet gibt"

Zu den Personen: Julia und Gregor von dem Knesebeck sind in einer Unternehmerfamilie aufgewachsen und haben früh mitbekommen, was es bedeutet, eine Firma aufzubauen. Schon zu Grundschulzeiten wurden sie eingespannt, Brief-Mailing-Aktionen umzusetzen. Damals hieß das: Briefmarken kleben! Gregor von dem Knesebeck studierte dann Philosophie und Logik und entschied sich nach einem kurzen Zwischenstopp in einer Unternehmensberatung 2007 für das Unternehmertum. Auch Julia von dem Knesebeck blieb nicht an den Briefmarken kleben, sondern studierte Geschichte in Cambridge und Oxford mit anschließender Promotion. Dann war sie bei einer Londoner Finanz- und Strategieberatung tätig, bevor Sie für bilandia zurück nach München zog.

Warum Unternehmertum? Was waren Ihre Beweggründe, ein eigenes Unternehmen zu gründen?

Gregor von dem Knesebeck: Durch unsere Verleger-Eltern haben wir Unternehmertum, wenn auch manchmal auf völlig unterschiedliche Weise, beide irgendwie im Blut. Selbstständigkeit bedeutet für uns beide aber auch ein persönliches Interesse im Beruf auszuleben – unsere Liebe zu Büchern!

"bilandia – intelligenter lesen!", heißt es auf Ihrer Website. Was wollen Sie mit diesem Slogan ausdrücken?

Julia von dem Knesebeck: Intelligenter lesen bedeutet für uns, dass man nur die Bücher liest, die einem auch wirklich gefallen. Mit bilandia.de ist genau dies möglich, denn hier kann man auf innovative Weise, assoziativ und individuell Bücher finden und im Anschluss gleich kaufen.

Das Neuartige bei bilandia ist, dass die Suchmaschine nicht nur die Produktinformationen miteinbezieht, sondern auch den Inhalt der Bücher. bilandia bietet unter anderem eine geografische Suche, eine Suche über farbliche Stimmungen und eine Zeitreise-Suche. Zusätzlich kann man auf bilandia nach dem Lesen die eigene Lektüre digital festhalten. In kurzen Zusammenfassungen bleibt Gelesenes besser in Erinnerung und kann anderen Benutzern von bilandia helfen, neuen Lesestoff zu finden. Als kleine Aufwandsentschädigung bekommen Benutzer Provisionen, wenn sie andere Benutzer empfehlen oder Besucher durch ihre Zusammenfassungen zum Kauf von Büchern anregen. Bei uns stehen also, im Gegensatz zu manch anderen Online-Händlern, die Bücher absolut im Vordergrund.

bilandia hat den Look eines typischen Web 2.0 Portals. Was bedeutet dieser Begriff für Sie und sehen Sie bilandia als eine typische Web-2.0-Seite?

Gregor von dem Knesebeck: Wenn Web 2.0 "Nutzer generierter Inhalt" heißt, so steht bilandia in gewisser Weise teils in dieser Tradition. Dennoch wollen wir mit bilandia mehr als Web 2.0: Die ausschlaggebende Idee für bilandia war es, eine Semantik der Buch-Suche zu entwickeln, die Wünsche und Vorlieben der potentiellen Leser antizipiert. Wenn man also in Software-Versionen denkt, würden wir uns irgendwo zwischen 2.0 und 3.0 ansiedeln. Das Design ist ein Versuch den Besucher anzusprechen, ohne ihn abzulenken, damit die Inhalte in den Vordergrund treten können.

Wie lässt sich die bisherige Unternehmens-Historie beschreiben? Wie kam die Idee zu Stande und was passierte danach?

Gregor von dem Knesebeck: Unsere Reise in das Bibliotheks-Land bilandia hat vor gut einem Jahr begonnen. Die Idee entstand zwar nicht in einer Garage, aber mit ähnlich viel Idealismus. Dann ging alles ziemlich schnell, denn die erste Ausarbeitung der Idee hat gezeigt, dass die Umsetzung nur mit einem einigermaßen großen Team möglich ist. Inzwischen besteht unser Team aus 8 Leuten.

Was ist Ihr Geschäftskonzept? Wie wollen Sie Geld verdienen?

Gregor von dem Knesebeck: Wir sind ein Online-Buchhändler und verdienen unser Geld über Verkaufserlöse.

Warum Literatur? Knallharte Marktanalyse oder Leidenschaft? Könnte bilandia beispielsweise auch eine Sport-Community sein?

Julia von dem Knesebeck: Wir sind auf jeden Fall Büchermenschen! Aber das war nicht der alleinige Grund für unsere Entscheidung für die Literatur. Unsere Marktanalysen haben uns gezeigt, dass es im Buchbereich eine Marktlücke im Internet gibt, und diese wollen wir mit bilandia schließen.

Wie zufrieden sind Sie mit der bisherigen Entwicklung der Seite? Und wo soll die Reise hingehen? Was sind Ihre nächsten Schritte?

Gregor von dem Knesebeck: Wir sind sehr zufrieden mit dem Start und gespannt auf die nächsten Monate. Das Ziel unserer Reise ist es, bilandia zu der Internet-Anlaufstelle für Leser zu machen, die auf der Suche nach geeigneter Lektüre sind.

Zum Abschluss ein Literatur-Tipp. Was haben Sie gerade auf dem Nachttisch liegen?

Julia von dem Knesebeck: Bei mir liegt immer eine Kombination aus Belletristik und Fotobänden auf dem Nachttisch. Momentan: "Performance" von Richard Avedon und Paul Austers "Mann im Dunkeln".

Gregor von dem Knesebeck: Da ich momentan keinen Nachttisch habe, liegen da auch keine Bücher. Für Lektüre-Tipps gucken Sie doch mal bei bilandia!
Links zum Artikel:

www.bilandia.de