

Interview mit Martin Meister / Geschäftsführer Chefkoch.de

„Was ist Ihr Rezept für ein erfolgreiches Geschäftsmodell, Herr Meister?“

In wenigen Jahren ist Chefkoch.de zum führenden Rezeptportal Europas aufgestiegen. Über 2,5 Millionen angemeldete User sind Teil der Community. Ein Gespräch mit Geschäftsführer Martin Meister über das Businessmodell der Gruner + Jahr Tochter.

Herr Meister, was kommt bei Ihnen heute auf den Tisch?

Gleich geht's in den Flieger nach Österreich. Ein guter Freund kocht für mich frisch gefangene Forelle. Da freu ich mich drauf.

Was ist das Erfolgsgeheimnis von Chefkoch.de?

Die schnell und einfach nutzbare Plattform und natürlich unsere riesige Community. Sie ist ungeheuer lebendig und engagiert sich stark. Bei uns geht es ja nicht allein darum, Rezepte herunterzuladen, sondern um den Austausch und das Erlebnis. Laufend werden Rezepte bewertet, neue eingestellt und darüber diskutiert. Letztlich ist Chefkoch.de eine ganz eigene Welt, gestaltet von Hobbyköchen für Hobbyköche.

Welches Business-Modell steht dahinter?

Im Kern ist Chefkoch.de immer noch ein Free-Modell. Geld verdienen wir überwiegend mit unseren werbetreibenden Kunden – vor allem durch immer mehr personalisierte Werbung. In das Geschäft mit der an persönlichen Interessen der Nutzer orientierter Werbe-Ausspielung investieren wir stark. Wenn dann weitere Zielgruppen angesprochen werden sollen, können wir auf das komplette Gruner + Jahr Ökosystem mit Titeln wie Gala, Brigitte oder Stern zurückgreifen. Aber Chefkoch.de hat allein schon genügend starke Argumente: Mit über 15 Millionen Unique Usern und sieben Milliarden Seitenaufrufen sind wir in unserem Markt ganz vorn.

Planen Sie Änderungen in Ihrem Finanzierungsmodell?

Vor kurzem haben wir ein weiteres Bezahlangebot eingeführt: die „Academy App“. Mithilfe dieser kostenpflichtigen Video-Tutorials können Hobbyköche beispielsweise alles rund ums Thema Grillen erfahren mit praktischen Anleitungen und Geling-Tipps. Seit 2013 bieten wir ergänzend zu unserem Digital-Portfolio Chefkoch erfolgreich auch als Print-Ausgabe an. Wir erweitern also unser Mo-

dell „von Köchen für Köche“ ständig. Da nützt uns natürlich unser Gruner + Jahr Background enorm.

Über welche digitalen Plattformen bieten Sie Ihr Geschäftsmodell an?

Was die Technologien betrifft, ist unser Geschäft ganz klar komplexer geworden. Bis 2013 waren wir zum Großteil durch die stationäre Internet-Nutzung geprägt. Was wir die letzten Jahre erleben, ist ein deutlicher Mobile Shift, so dass unsere Desktop-Seite mittlerweile nur noch 40 Prozent der Frequenz ausmacht. Unsere Mobile-Plattform und Apps gewinnen rasant an Bedeutung. Da hat sich innerhalb kürzester Zeit einiges stark gewandelt.

Bei 2,5 Millionen Usern fallen jede Menge Daten an. Sie wissen viel über Ihre Kunden ...

Und dieses Wissen nutzen wir auch, um unseren Kunden für ihre Interessen gezielt individuelle Vorschläge zu machen, nicht nur was die Rezepte betrifft, sondern auch die komplette Organisation rund ums Kochen. Da geht der Trend hin.

Wo steht Chefkoch.de in 10 Jahren?

Mobile wird das alles beherrschende Thema sein. Im digitalen Business ändern sich Dinge ebenso radikal wie schnell. Deshalb tun wir alles, um unseren Anspruch, der überall verfügbare mobile Begleiter rund um das Thema Kochen zu sein, auch zu erfüllen. Bei Chefkoch.de kann man egal wo sein Wunsch-Rezept finden, seine Einkaufsliste in den Warenkorb legen, alles wird nach Hause geschickt, und die Deko-Tipps gibt's gleich dazu. Da die Menschen in Zukunft noch weniger Zeit haben werden, wollen wir ihnen helfen, ihre Zeit besser zu nutzen. Denn wir glauben, füreinander zu kochen und gemeinsam zu essen macht Menschen glücklicher. Das treibt uns an.

Über Chefkoch.de.

Chefkoch.de ist Europas größtes Portal zum Thema Kochen. Es umfasst 275.000 Rezepte und mehr als 11 Millionen Beiträge zu 600.000 Themen. Knapp 2,5 Millionen Mitglieder sind bei Chefkoch.de registriert. Chefkoch.de ist ein Tochterunternehmen von Gruner + Jahr.

Zur Person: Martin Meister.

Martin Meister ist seit 2014 Geschäftsführer bei Chefkoch.de. Zuvor war er Geschäftsführer bei Tchibo Direkt und hier für das internationale E-Commerce-Portal verantwortlich. Weitere Stationen: CTO bei Parship und Geschäftsführer bei Travelchannel, einem der ersten Online-Reisebüros in Deutschland.

