

Aminos nye drejning

Amino er danskernes fortrukne community for iværksætteri. Efter Martin Thorborg er taget til USA er Nikolai Frisch den daglige leder, og han har det sidste halve år udviklet Amino til mere og andet end et community.

E-HANDELSPRISEN fik en snak med Nikolai om professionaliseringen af sitet.

Basen og bundlinjen

-Det brugergenerede indhold, hvor 120.000 hver måned hjælper hinanden med at lave e-business, vil fortsætte med at være Aminos base, men det er vi ikke blevet rige af. Vi har tidligere kørt med stort underskud, og da jeg trådte til, var det mit mål at få ordnet bundlinjen, eller i hvert fald at nå break-even.

-Så vi er gået i det sidste halve års tid fra at være en hobbyvirksomhed til at tænke på at være rentable. Det er klart, at det er manges udfordring, når de starter op som iværksætter, at man realiserer en ide og får kunder og samarbejdspartnere ind, men hvis man ikke formår at tjene penge, så holder planen ikke i længden.

Amino anno 2009

-De produkter, vi lancerer i 2009, handler om, at vi skal være bindeleddet mellem to parter ved at formidle nogle værktøjer til diverse transaktioner. Vi vil hjælpe vores brugere med at komme i mål med deres ting, så f.eks. det administrative og juridiske let bliver ordnet for billige penge.

-Vi lancerer en franchisebase, for hvis noget er bæredygtigt et andet sted i verden, så kan det muligvis tilpasses det danske marked. Derudover skaber vi business med vores virksomhedsbørs. Jeg er overbevist om, at vi er det sted, der handles flest virksomheder. Vi har 1.200 annoncører pt., der har virksomheder til salg, og vi kan se en kraftig vækst i købelyst, for sælgerne er mere forhandlingsvillige i disse tider. Jeg mener, at vi er med til at modne markedet mellem købere og sælgere, idet der sker en nivellering i værdiansættelsen.

Den finansielle situation

-Vi ser pt. en konsolidering indenfor e-handel, hvor nogle af de muskuløse aktører køber de små op. Tidligere var det sådan, at alle, der havde nogle timer tilovers, lavede en børnetøjsbutik på nettet. Der er simpelthen blevet for mange aktører, og dem, der har nogle gode leverandøraftaler, har en fordel i pt. at købe de mindres netværk op, for samlet at få en større salgskraft.

-Som selvstændig drejer det sig nu om at fokusere på ens kerneområder, hvor man tidligere måske investerede lidt her og der, for at se om det lykkes. Det handler for de flestes vedkommende ikke om overlevelse, men blot om at komme tilbage til dyderne – hvad er det, vi er gode til?

-Der er nok mange, der ser nogle muligheder i, at der i disse tider fokuseres på kernekompetencer. Som lille aktør er det lettere at manøvrere i et uroligt marked, så der er ingen tvivl om, at der pt. åbnes nogle muligheder for de driftige for at sætte sig på nogle markeder. Samtidig tænkes der i nye koncepter for at komme videre med forretningen.

Historien fra 2001 gentager sig

-I 2001 skete der præcis det samme med at markedet gik fra optimisme til handlingslammet på en måned. Dengang havde man en masse sites, der bare var cashburners, men i dag er sitene modnet – man ved godt, at det handler om at skabe bundlinje og være tilpasningsdygtige. Denne gang bliver udskillelsen nok ikke så stor.

-At vi har tilpasset os, gør f.eks. at januar allerede nu viser sig at blive en god måned. Det drejer sig om tilpasningsevne og fokus på kerneområder.

Amino og E-HANDELSPRISEN

Amino er indtrådt som partner på E-HANDELSPRISEN '09

-Vores bidrag til E-HANDELSPRISEN handler om at stille fokus på, at de i små virksomheder indeholder ideer og forretningsgange, som de store tage ved lære af. Og det er også derfor, at vi har fokus på E-HANDELSPRISEN, for de deltagende virksomheder er ledestjerner, der har gjort en forskel ved at gøre deres ide kommercielt succesfuld.

E-HANDELSPRISEN siger tak til Nikolai for interviewet