

IM BUND MIT MILLIONÄREN

Der Schweizer Patrick Liotard-Vogt hat von den Filmmoguln Weinstein mit A Small World die exklusivste Online-Community der Welt erworben.

Es gilt als das edelste der sozialen Netzwerke auf dem Web, als «Facebook für Millionäre», wie die «FAZ» es nannte. Jetzt ist es in Schweizer Hand. A Small World (ASW), eine Online-Community mit 500 000 ausgesuchten Mitgliedern, ist von Patrick Liotard-Vogt und zwei weiteren Schweizer Investoren übernommen worden. Acht Monate hat der 25-jährige Enkel von Ex-Nestlé-Chef Pierre Liotard-Vogt mit den bisherigen Eigentümern, den Hollywoodgrößen Harvey und Bob Weinstein, verhandelt, dann ging eine Kontrollmehrheit für einen vermutlich zweistelligen Millionenbetrag über den Tisch. Die Produzenten («Pulp Fiction») waren 2006 bei ASW eingestiegen, jetzt wollen sie sich wieder auf das Filmgeschäft konzentrieren.

«A Small World ist für uns eine exzellente Plattform, um mit wenig Aufwand und Geld gute Ideen zu realisieren», freut sich Liotard-Vogt. Er sieht Synergieeffekte mit seiner Firma The World's Finest Clubs (siehe BILANZ 18/2008), welche Membercards herausgibt, die Einlass in die exklusivsten Nachtclubs der Welt gewähren. «Wenn wir von den 500 000 ASW-Mitgliedern auch nur einen Bruchteil dafür gewinnen, ist das ein

gewaltiger Hebel», sagt er. Verbundeffekte erwartet er auch mit einem weiteren Investment, mit Poken, einem Unternehmen, das eine Art elektronische Visitenkarten auf RFID-Basis vertreibt: «Poken werden wir ebenfalls integrieren.»

Mitglied beim elitären ASW-Club wird man nur auf Einladung. Bislang lebt ASW nur von Online-Werbung: Firmen wie Mercedes, Rolex oder Jaeger-LeCoultre buchen Anzeigen. Maserati und Ferrari laden Mitglieder zu Probefahrten und Events ein. Durchschnittlich 300 000 Euro verdient ein Mitglied, Hollywoodstars wie Naomi Campbell oder Mischka Barton sind dabei. Wer sich in der 8000 Leute starken Schweizer Community umschaute, entdeckt zahlreiche Namen, die auch in der BILANZ-Liste der 300 Reichsten der Schweiz stehen: Angehörige der Familien Schwarzenbach, Vontobel, Jacobs, Latsis oder Bratschi etwa.

Dennoch musste ASW 2008 einen Umsatzrückgang von zehn Prozent hinnehmen und 17 von 42 Stellen abbauen. Jetzt will Liotard-Vogt weitere Umsatzquellen erschliessen, etwa kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaften. Vor allem aber möchte er für Wachstum sorgen: «Wir wollen in den 200 grössten Metropolen weltweit jeweils rund 10 000 Mitglieder haben», sagt er. Ambassadors, welche die VIP vor Ort auswählen, sollen sicherstellen, dass die Welt trotzdem klein bleibt. **MARC KOWALSKY**



Fotos: PR



Exzellent vernetzt: Patrick Liotard-Vogt hat sich die Online-Community ASW geangelt.



www.clarinsmen.ch

NEU



Anti-Age-Pflegeprogramm.
Neue Energie
für Männerhaut.



Frischekick für das Gesicht.
Dank Bisongras und Jambù
mildert Anti-Rides Fermeté
ausgeprägte Falten und Spannkraftverlust.
Hautverträglichkeit geprüft.

CLARINS MEN