Eine neue Plattform vereint globales Können

Aus der Schweiz heraus will eine neue Plattform die Welt erobern. Janzz ist eine Kreation der Werbeagentur Advertising, Art & Ideas und bietet als Stellenplattform Zugriff auf «alles Können dieser Welt».

Es spricht sich aus wie die von einem populären Dialekt gefärbte Phonetik für das englische Wort «Chance». Und neue Chancen für möglichst viele will die Plattform auch anbieten. Mit Janzz steht Unternehmen und Privatpersonen «erstmals ein einfaches und komfortables Instrument zur Verfügung, das sämtliche Fähigkeiten, alles Können und Wissen der Welt, kommerziell nutzbar macht».

Etwas misstrauisch reagiert, wer mit diesen Worten zur Präsentation einer neuen Plattform geladen wird. «Alles Können dieser Welt» ist mehr als ein grosses Wort, wenn man rechnet, dass sich das Wissen der Menschheit allein zwischen 1900 und 2000 verzehnfacht hat und sich ab dem Jahre 2050 dank dem dannzumal noch weiter entwickelten Internet sogar täglich verdoppeln wird. Nicht unser Wissen, sondern das berufliche Können ist es allerdings, welches Janzz über diese neue Plattform für Unternehmen und Privatpersonen zusammenführen will. Und da ist eine Werbung tatsächlich raffiniert, welche dieses Janzz mit solchen nur auf den ersten Blick falsch verstandenen Versprechungen zu kommunizieren weiss.

Revolutionäre Stellenplattform

Die Idee für die neue Plattform ist bei Stefan Winzenried bei Advertising, Art & Ideas erstmals aufgekommen. Seither hat der Chief Marketing Officer und auch Chief Executive Officer von Janzz das Projekt zusammen mit namhaften Investoren und viel kreativem Power aus dieser Agentur für Business Communication – mit Büros in Zürich und New York – entwickelt. Advertising, Art & Ideas macht gleichzeitig auch die Werbung für Janzz. Alles in allem haben bis jetzt 10 Leute 18 Monate lang am Projekt gearbeitet. Mitte Jahr soll das Unternehmen Janzz auf 30 Mitarbeitende zählen können. Um was geht es?

Das kollektive Wissen, die unterschiedlichsten Talente, die individuellen Fähigkeiten von 7 Milliarden Menschen sind unerschöpflich. «Mit Janzz entsteht erstmals eine universelle Onlineplattform, die diese Fähigkeiten weltweit erfasst, konzentriert und nutzbar macht», heisst es im Geschäftsmodell. Janzz ist als eine Web-3.0-Plattform konzipiert und seit Ende Dezember 2010 aufgeschaltet. Die Idee funktioniert nach dem Prinzip des High-Quality-Matching. Dabei wird die höchstmögliche Qualität der Übereinstimmung von Kriterien angestrebt.

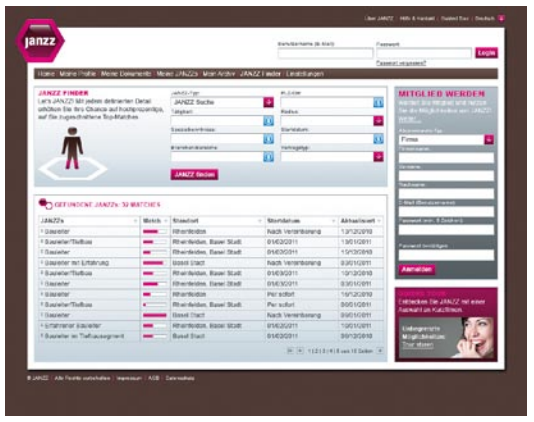
«Konkret ist Janzz eine Onlineplattform, die Unternehmen, Organisationen und Privatpersonen schnell, bedienungsfreundlich, komfortabel, in Echtzeit und äusserst kostengünstig miteinander verbindet», heisst es in der ausführlichen Programmanleitung. «Die Ausgangskriterien werden dabei durch einen völlig neuartigen Prozess auf wenige Parameter reduziert, die einen maximalen Output sicherstellen», konnte Anton Hünermann, Founding Partner und Verantwortlicher für den Aufbau der Plattform, an der Präsentation verraten. Mit Janzz besteht somit «erstmals eine Plattform, welche in der Lage ist, die Schnittmengen mehrerer Ebenen zu ordnen und zu verknüpfen.» Ganz alltäglich einsehbar ist das bei einer Stellensuche. Wie eine erste Demonstration zeigte, werden bei einem Beruf somit nicht nur die Tätigkeit, sondern auch Spezialisierung und Funktion auf intelligente Weise miteinander in Verbindung gebracht und abgeglichen. Ein ausgebildeter Gärtner findet so die entsprechende Nachfrage nach seinen Fähigkeiten zum Beispiel nicht nur für die Arbeit im Stadtpark sondern – je nach angebotenem Können – auch als Hauswart. Im Extremfall könnte man über Janzz auch einen Yogalehrer finden, der mit seinem Hintergrund als Werber auch noch das Marketing für die neu gegründete Yogaschule übernehmen könnte. Oder der Banker mit einem abgebrochenen Soziologiestudium könnte endlich seinen Traumjob im Controlling eines international tätigen Hilfswerks finden. Von der Schweiz aus in die ganze Welt soll sich nämlich Janzz entwickeln.

Vielversprechende Kooperationen

Für einen soliden Start im Mutterland kann Janzz bereits auf Kunden wie Credit Suisse und Rieter verweisen. «Solche Unternehmen werden einen Sogeffekt bewirken», ist Winzenried überzeugt. Eine Kooperation gibt es auch mit Radio Energy und dem crossmedialen TV Joiz – das aber nur zufällig einen ähnlich klingenden Namen hat.

Aktuell sind auch viele Freelancer vor allem aus kreativen Berufen auf Janzz zu finden. Mit einer bereits angelaufenen Aktion in der Welt der KMU soll der Fächer aber bald breiter werden. Eine wichtige Zukunft wird auch sein, dass verschiedene Firmen über Janzz ihr spezialisiertes Fachwissen miteinander austauschen können.

Andreas Panzeri



Janzz startete im Dezember in der Schweiz in drei Sprachen. Ab Frühjahr wird schrittweise das weitere Europa dazukommen. Ab 2013 soll es global werden.

Janzz ist von Stefan Winzenried bei der Zürcher Agentur Advertising, Art & Ideas entwickelt worden. Die Plattform kann auf eine nicht namentlich bekannte, aber als sehr solid geschilderte Investorengruppe zählen. Im VR wirkt auch die frühere Berner Regierungsrätin Elisabeth Zölch mit. Erste Kunden von Janzz sind Credit Suisse und Rieter. Die Plattform bietet ihre Dieste in verschieden abgestuften Abos für Unternehmen und Private an.