

Alleinkämpfer war gestern

Florja, Vinou, Sammy und Schorlefranz sind vier Start-ups, die auf den ersten Blick unterschiedlich sind, auf den zweiten aber doch zusammenpassen. Anstatt alleine oder sogar gegeneinander zu arbeiten, haben die Jungunternehmer sich zusammengetan und profitieren von der Idee des Anderen. Von **Daniel Schnödt**, Geschäftsführer der Einzelhandelsberatungsgesellschaft Teamsco aus Steinheim



Mit „Vinou“ finden Kunden den richtigen Wein direkt am Produktregal.



Weinschorlen groß rausbringen, darauf hat sich „Schorlefranz“ spezialisiert.



„Florja“ ist ein Sensor, der die Umgebungsdaten aus dem Boden misst.

Start-ups und Innovationen sprießen seit einigen Jahren wie Pilze aus dem Boden. Nicht jede Unternehmung ist dabei vom Erfolg gekrönt. Einst bejubelte Start-ups wie DaWanda, Studi VZ, Monoqi oder Pets Daily führen die Spitze von mehreren 1.000 Start-up Pleiten an. Seit einigen Jahren tummeln sich verstärkt Großunternehmen wie Rewe, Metro oder Mediamarkt um diese Geschäftsmodelle und versuchen so den Trend im Konsumentenverhalten nach Variety Seeking – dem Wunsch nach Veränderung und neuen Inhalten – aufzugreifen.

Es stellt sich die Frage, mit welchen guten Geschäftsideen von neuen Produkten bis hin zur digitalen Performance eine runde Geschichte wird. Die folgenden vier Start-ups zeichnen sich durch einen gemeinsamen roten Faden aus:

- Florja – der digitale Garten, gegründet 2017
- Schorlefranz – die trinkbare Weinschorle, gegründet 2017
- Vinou – der digitale Weinsommelier, gegründet 2018
- Sammy – der smarte Sprachassistent, gegründet 2018

Sensor misst, wie es Pflanzen geht

Begonnen hat eigentlich alles mit Florja, einem Sensor, der Pflanzen eingebaut wird, um dem Endkunden via Smartphone schnellst möglich kritische oder vorhersehbare Aktionen mitzuteilen. Mit Christian H. Müller, Geschäftsführer von „Müller Lebensraum Garten“ in Mauer, und Michael Urban, Inhaber von „Communicate 2 Integrate“, kamen zwei Unternehmer zusammen, die einerseits von der Pflanze und andererseits von der Technik getrieben sind.

Der Sensor stieß sowohl bei Produzenten, Gartencentern als auch bei Gartenliebhabern auf großes Interesse. Denn er misst die Umgebungsdaten aus dem Boden, die relevant für das perfekte Wachstum der Pflanze sind – wie dem Wasserhaushalt oder diversen Mineralien.

Der Nutzer wird in Echtzeit über den Zustand informiert. Er kann so die Pflege und Bewirtschaftung seiner Produktlinie auf den Punkt genau optimieren. Der Lieferant erhält parallel das Datenmaterial und kann somit Servicemanagement und CRM bis zu 100 Prozent am Kunden ausrichten. Stimmt beispielsweise ein bestimmter Mineralstoffhaushalt nicht, kann so eine Push-Nach-

richt direkt an den Kunden gesendet werden, mit dem Hinweis hier behilflich sein zu können (mit Produkten oder Dienstleistungen).

Auch für Winzer ist die Sensortechnik interessant, da sie damit Zustand und Bedürfnisse ihrer Pflanzen ausmachen und ihre Produkte weiter verbessern können.

Den passenden Wein finden

Auf den Wein ist auch das Start-up Vinou aus, das im Mai 2018 von Christian Händel gegründet wurde. Sein digitaler Weinsommelier und -manager wird inzwischen bei Edeka, Rewe und Co. mit großem Erfolg eingesetzt. Vom Kellerbuch bis an das Regal erhält der Kunde alle Informationen rund um den Wein. Dabei kann er online direkt über bestimmte Weinsorten oder über den richtigen Wein zu einem Essenswunsch suchen. Der Kunde erhält letztlich einen Produktvorschlag auf Grundlage der abgefragten Details.

Der Hamburger Entwickler und Inhaber von Dialogue Tech FMC, Florian Weigang, stellte das System auf Sprachassistenten um. Sein Produkt „Sammy“, ist ein Sprachassistent auf Basis künstlicher Intelligenz und Dialogmanagement, das individuell auf Einzelunternehmen zugeschnitten ist. Damit kann auch der klassische Einzelhändler auf den Wachstumstreiber Sprachsteuerung aufspringen, ohne dem schwierigen Prozedere von Google, Amazon und Co. zu folgen, die letztlich dem stationären Händler nicht dienen.

Neben Wein auch Weinschorlen

Doch bei Wein soll es nicht bleiben. Mit Dominique Zetzsche und seinem 2017 gegründetem Start-up Schorlefranz im Boot, bietet Vinou nun auch weinähnliche Getränke an. Zetzsche ist als Berliner ein Winzer ohne Weinberg, und hat es sich zur Aufgabe gemacht, Weinschorlen als Trendprodukt in Szene zu setzen. Mit seinem Unternehmen bespielt er dieses Feld von Giessen aus – vor allem über Festivals und als Gourmetprodukt in der Gastronomie. Das Rezept klingt einfach: ausgewählter Weißwein trifft Wasser und Kohlensäure.

Im Frühling 2017 bekam Franz eine liebevolle Begleiterin zur Seite gestellt: „Schorlefranz“. Die fruchtige Rosé-

Schorle soll ein Gegenstück zur trockenen Weißweinschorle bilden. Neben den sorgfältig ausgewählten Jahrgangswainen, macht auch das Mischverhältnis die Getränke aus: Beide Sorten haben über 60 Prozent Weinanteil, der von Winzern aus der Region Rhein-Hessen stammt. Aktuell wird die 0,75 Liter-Flasche ins Programm aufgenommen, um auch im Einzelhandel zu Punkten.

Das Fazit aus dieser Zusammenfassung ausgewählter Start-ups: Meist fehlt es den Gründern an Beharrlichkeit, Marketingkenntnissen oder einfach nur ein funktionierende Netzwerke. Mit der Zusammenführung dieser vier Jungunternehmen konnten alle Beteiligten voneinander profitieren und ihre Netzwerke gemeinsam nutzen. Ich bin mir sicher, dass Florja, Vinou, Sammy und Schorlefranz nicht zu den fast vielen Fehlschlägen pro Jahr in diesem riskanten Geschäftsfeld gehören werden.

Alle vier Start-ups werden ihre Geschichte „live“ beim Trendforum Retail, einer Wissens- und Austauschplattform zum Thema Digitalisierung im Handel, am 9. und 10. Oktober präsentieren. Mehr dazu unter www.trendforum-retail.de.

Infos zu den vorgestellten Unternehmen unter www.florja.com, www.vinou.de, www.dialogue-technologies.com und www.schorlefranz.de.



**Jetzt bewerben:
Startup des
Jahres 2019 gesucht**

powered by **IPM**
ESSEN GERMANY

Die TASPO Awards sind in eine neue Runde gestartet. In 18 verschiedenen Kategorien können sich Unternehmen für den renommierten Branchenwettbewerb bewerben. Ganz neu ist die Kategorie „Startup des Jahres“, in der innovative Jungunternehmer aufgerufen sind, ihre Ideen und Konzepte einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen. Sie sind Inhaber eines Startups und sehen in der Grünen Branche Entwicklungs- und Umsatzpotenzial? Dann bewerben Sie sich jetzt! Die Unterstützung junger Unternehmen und deren Projekte sind uns besonders wichtig für die Zukunft der Branche.

Bewerbungsschluss ist der 31. Mai 2019

Alles Wichtige rund um die TASPO Awards finden Sie unter www.taspoawards.de. Für eine persönliche Beratung oder Fragen rufen Sie uns, Tina Schimanski und Larissa Mora Morcillo, gern an unter 0531-38004-48 oder -45.