

Gute Zeiten, schlechte Zeiten

2 Minuten 2 Millionen. Die erfolgreiche Unternehmerin Katharina Schneider über ihren neuen Job als Investorin

VON MARCO WEISE

Katharina Schneider hat in der TV-Show „2 Minuten 2 Millionen“ (immer dienstags ab 20.15 Uhr auf Puls4) Marie-Helene Ametsreiter als Investorin abgelöst. Die Miteigentümerin und Geschäftsführerin des Teleshopping-Unternehmens MediaShop gehört zu den erfolgreichsten Unternehmerinnen Österreichs. Die 46-Jährige gesellt sich damit zu Hans Peter Haselsteiner, Leo Hillinger, Michael Altrichter, Heinrich Prokop und Daniel Zech; einer Gruppe von Geldgebern, denen in den insgesamt zwölf Folgen mehr als 60 Start-ups präsentiert werden.

KURIER: Warum beteiligen Sie sich als Investorin an der Puls4-Show? Was erwarten Sie sich davon?

Katharina Schneider: Ich bin laufend auf der Suche nach neuen Produkten, Erfindungen und Ideen, da wir uns bei MediaShop getreu dem Motto „Immer etwas Neues“ das Ziel gesetzt haben, unseren Kunden laufend innovative Produkte mit Mehrwert zu bieten, die das Leben leichter machen oder Probleme lösen. Ich erlebe immer wieder, dass in Menschen tolle Produktideen oder Erfindungen schlummern und aus verschiedensten Gründen nicht zum Leben erweckt werden. Meistens scheitert es an einer entsprechenden Finanzierungs- und Vermarktungsmöglichkeit. MediaShop setzt genau hier an und bietet diesen Erfindergeistern eine Plattform mit Experten-Team und jahrelangem Knowhow in Produktentwicklung, Marketing und internationalem Vertrieb, die Menschen am Weg zu Erfolg und Unabhängigkeit unterstützt. Durch „2 Minuten 2 Millionen“ wird mir die Möglichkeit geboten, in kreative Köpfe, Visionäre und Talente zu investieren und ihren Traum Wirklichkeit werden zu lassen.

Was muss ein Jungunternehmer, ein Start-up mitbringen, damit es mehr als nur eine gute Idee ist?

Die Idee bzw. das Produkt stehen letztlich immer im Mittelpunkt: es sollte eine Neuigkeit, eine Innovation sein, es sollte so etwas in dieser Form noch



Die „Neue“ im Investoren-Team: Katharina Schneider, Geschäftsführerin von MediaShop

nicht geben. Gleichzeitig muss das Produkt aber auch gebraucht werden, also es gibt viele Menschen, die daraus einen Nutzen ziehen können und auch bereit sind, das Produkt zu erwerben, daher es muss vermarktbar sein. Genauso wichtig sind aber auch die Köpfe, die hinter diesen Ideen stehen. Sie brauchen Leidenschaft, sollten für ihre Sache „brennen“, denn es braucht Energie und Durchhaltevermögen, man darf nicht gleich beim 1. Gegenwind aufgeben. Bei allem anderen, wie Erfahrung, Kontakte, Entwicklung oder Finanzierung können dann wir unterstützen.

Würden Sie die Start-up- als Blase bezeichnen. Viele Start-up-Unternehmen werden ja viel zu hoch gehandelt...

Es zeigt sich die Tendenz, dass es viele Start-ups mit überzogenen Vorstellungen gibt. Vor allem beim Thema digitaler Produkte wie Apps und Co wird oft das Potential zu hoch eingeschätzt. Auch wenn wir immer offen für alle Arten von innovativen Problemlösern sind, stehen bei uns Produkte und Erfindungen im Vordergrund, die man auch angreifen kann. Wir haben hier klare Vorstellungen und Kriterien, nach denen wir bewerten. „Mondbewertungen“ sind nicht sinnvoll und bringen niemandem etwas. Jede Bewertung, jede Investition sollte das Ziel haben, sich irgendwann zu rechnen.

Was macht aus einer guten Idee ein Unternehmen?

Aus einer Idee kann ein Unternehmen entstehen, wenn sogenannte „Intellectual Property“ wie Patente, Geschmacksmuster dahinter stehen, eine Marke aufgebaut wird, eine skalierbare Produktion vorhanden ist und ein nachhaltiger Vertrieb aufgesetzt werden kann.

Wann würden Sie in ein Start-up investieren. Welche Kriterien sind für Sie entscheidend?

Es gibt eine ganze Reihe an relevanten Faktoren, die passen müssen, aber im ersten Schritt vertraue ich immer auf den eigenen Bauch und das Gefühl. Wenn ich bei einer Idee sofort ein

inneres Bild für das Potenzial erhalte, dann ist das ein gutes Zeichen. Im zweiten Schritt werden alle Fakten, Skizzen usw. geprüft, die das sind. In vielen Fällen gibt es hier aber noch keinen nachhaltigen Zahlen. Das bedeutet, trotz aller Analysen und guter Vorbereitung bleibt immer ein wenig „pokern“ im Spiel. Das macht es aber auch jedes Mal spannend.

Wie würden Sie die Rahmenbedingungen für Start-ups in Österreich bezeichnen?

Was ich sehe ist, dass es viele Menschen mit tollen Ideen gibt. Generell ist auch mehr Mut zur Verwirklichung eigener Geschäftsidee spürbar. Vor allem auch bei jungen Menschen. Das ist ein gutes Zeichen.

Die Gründerszene ist ja weit weniger sexy, als sie sich gibt. Warum wollen dann trotzdem alle ein eigenes Unternehmen gründen?

Da müssen Sie die Gründer fragen. Jeder hat seine eigenen Überlegungen, warum er ein Unternehmen gründen möchte. Selbstverwirklichung, Unabhängigkeit, der Glaube an eine Idee – das sind schon hochmotivierende Faktoren. Ich selbst habe genau deshalb Unternehmen gegründet, und es ist mir gelungen, diese erfolgreich zu entwickeln. Da waren aber auch genug schwere Zeiten zu überwinden. Gott sei Dank weiß man das vorher nicht (lacht). Aber daran wächst man ja schließlich auch als Mensch.

Geld und Know-how

Katharina Schneider

Die 46-jährige Niederösterreicherin revolutionierte den internationalen Markt des Direct Response Television und wandelte ein altes Teleshopping-Unternehmen in ein international erfolgreiches und renommiertes Unternehmen um. Neben finanziellen Investments kann Katharina Schneider Start-ups mit ihrem Know-how im Bereich Entwicklung und Produktion unterstützen, sowie die Produkte über ihr Vertriebsnetz auch international verkaufen und zum Erfolg führen.

LANDWIRTSCHAFT

In der Adria unerwünscht, bei uns gefragt

ecoduna. Microalgen haben viele Anwendungsbereiche: als Nahrung, Kosmetika, Medikament

Algen kennt jedes Kind: Der grüne Belag findet sich im Schwimmbecken, in der Adria und in jedem Teich – und ist dort nicht gerade erwünscht. Sehr gefragt sind hingegen Algen als Kosmetikprodukt oder Nahrungsergänzungsmittel. Das Unternehmen ecoduna hat in Bruck an der Leitha die erste industrielle Produktionsanlage für Algen in Österreich errichtet, eine größere ist gerade in Bau.

Im Glashaushalten stehen die sechs Meter hohen Glasröhren, die Wasser und Algen beinhalten, dicht beisammen. Sonne und CO₂ sorgen dafür, dass sich die Mikroalgen jeden Tag verdoppeln. Einziges Abfallprodukt ist Sauerstoff. Nach etwa sechs Wochen werden die Algen dann aus

dem Wasser gefiltert und getrocknet. Anschließend werden sie als Pulver oder als Öl an Betriebe verkauft, welche die Algen dann weiterverarbeiten.

Antioxidantien

Zu den Abnehmern zählen laut Geschäftsführerin und Biologin Silvia Fluch Großhändler aus den Bereichen Pharma und Kosmetik. Besonders gefragt seien die Algen jedoch als Nahrungsergänzungsmittel. „Die Mikroalge hat sehr viele wertvolle Inhaltsstoffe, von Antioxidantien bis hin zu Omega-3-Fettsäuren. Die sind für die Gesundheit, vor allem für Veganer wichtig“, sagt Fluch. Derzeit kann die Nachfrage nur durch Fischöl bedient werden – die Versorgung stößt

aber wegen der Überfischung der Meere an seine Grenzen.

Das Unternehmen stellt heute bereits Algenöl, grüne Schokolade und Algenpulver für Müslis und Smoothies her. Doch auch Pharma- und Kosmetikunternehmen sowie Tierfutterhersteller sind an den Algen interessiert. Mit der neuen Halle, die Ende März eröffnet, nimmt die Algenproduktion neue Formen an: 100 Tonnen hochwertiger Algenbiomasse im Jahr werden hier produziert. „Die Nachfrage ist aber weit größer“, betont Fluch. „Für die beiden Algenstämme Spirulina und Chlorella haben wir bereits die Zulassung für den Bereich Nahrungsergänzung und Lebensmittel“, sagt ecoduna-CEO

Johann Karmel, der betont, dass es bereits unterschrieben Verträge mit Abnehmern gibt. Es gebe intensive Gespräche über Produkte unter der Eigenmarke ecoduna sowie Fremddmarken.

Im Lebensmittelbereich können die Extrakte veganen Produkten beigemischt werden. „In der Pharmazie wiederum werden Algen als Biomarker in der Krebstherapie eingesetzt“, so Karmel. Für die Verwendung in kosmetischen Produkten wie einer Gesichtsschleimcreme sprechen die hochwertigen Bestandteile. „Es gibt außerdem einen großen Bedarf an blauen Farbstoffen“, betont Karmel. Daher wird die Blaualge Spirulina als natürlicher Farbstoff eingesetzt – etwa als blaue Rasiercreme.



Die Algen wachsen in einem Kreislauf in Form von miteinander verbundenen Glasröhren heran