

# Katharina Schneider: “Es zählt zu 80 Prozent das Gespür”

INTERVIEW

17.04.2018 von [Dominik Perlaki](#)

**Interview.** Die Mediashop-Gründerin und 2 Minuten 2 Millionen-Investorin erzählte uns über ihre persönliche Founder-Story, worauf sie bei Startups Wert legt und was sie First Time-Foundern rät.



(c) Gerry Frank: Katharina Schneider

share our story



*Sie war in der aktuellen Staffel der Puls4-Sendung 2 Minuten 2 Millionen das neue Gesicht. Katharina Schneider hat mit Mediashop ein riesiges Unternehmen aufgebaut und zählt damit zu Österreichs erfolgreichsten Gründerinnen. Über europaweit 160 TV-Kanäle strahlt Mediashop täglich rund 320 Stunden Verkaufs-Sendungen aus. Es ist damit der größte Teleshopping-Anbieter im*

*deutschsprachigen Raum und Osteuropa und erreicht fast 150 Millionen potenzielle Kunden. Dementsprechend gestaltet sich Schneiders ihr "Beuteschema" bei 2 Minuten 2 Millionen.*

*Im Interview haben wir Katharina Schneider unter anderem gefragt, was ein B2B-Startup bieten muss, damit sie investiert und ob sie an alle Produkte, die sie vertreibt, selber glaubt.*

**+++ 2M2M: 270.000 Euro für Online-Garten und Anti-Strahlungs-Matratze +++**

---

Sie haben mit Mediashop ein riesiges Unternehmen aufgebaut. Was ist ihr Erfolgsrezept?

Ich glaube nicht, dass es ein Erfolgsrezept gibt. Es ist ein Zusammenspiel aus mehreren Faktoren, die zum richtigen Zeitpunkt passen. Dazu gehört natürlich eine gewaltige Portion an Durchhaltevermögen. Gerade am Anfang eines Unternehmens gibt es Zeiten, die nicht nur finanziell, sondern auch emotional belastend sind. Dazu kommen Eigenschaften wie ein wirtschaftliches Grundverständnis und vernetztes Denken.

Sie haben die Schwierigkeiten am Anfang angesprochen. Was waren für Sie die größten Herausforderungen?

Da gab es sehr viele. Als wir begonnen haben, hat sich die Medienlandschaft in Deutschland gerade stark verändert. Die Sendezeiten, die wir gebucht haben, haben sich damals überhaupt nicht gerechnet und wir haben riesige Verluste gemacht. Wir haben dann das Geschäftsmodell komplett umgestellt und begonnen, vom reinen Teleshopping auf einen Multichannel-Ansatz umzustellen. Man konnte mit dem TV-Geschäft allein einfach kein Geld mehr verdienen. Eine weitere Herausforderung war ein Mitbewerber – unter

Anführungszeichen – der unsere Produkte kopiert hat und diese günstig im Handel verkauft hat. Das war zum Teil illegal und wir mussten uns dadurch auch rechtlich damit auseinandersetzen.

*“Es gab auch Zeiten, in denen wir kurz vor einer Insolvenz gestanden sind.”*

Sie haben von riesigen Verlusten zu Beginn gesprochen. Wie haben Sie das bewältigt?

Einerseits haben wir eben das Geschäftsmodell umgestellt. Andererseits haben wir noch eine Kapitalerhöhung durchgeführt – mit Banken. Wir haben Kredite aufgenommen und sind damit ein großes Risiko eingegangen. Und es gab auch Zeiten, in denen wir kurz vor einer Insolvenz gestanden sind. Letztendlich haben wir es Gott sei Dank komplett drehen können.

Sie waren in dieser Staffel das neue Gesicht bei 2 Minuten 2 Millionen. Was ist der Reiz daran, im TV als Investorin aufzutreten?

Erstens habe ich dadurch Zugang zu vielen tollen neuen Produkten, die für uns als Mediashop interessant sind und die wir international erfolgreich vermarkten können. Zweitens ist es mir ein großes Anliegen, Menschen die tolle Ideen haben und die auch mutig genug sind, ein Unternehmen damit aufzubauen, zu unterstützen, wenn ich daran glaube.

Sie stehen jetzt durch 2 Minuten 2 Millionen stark in der Öffentlichkeit. Hat sich dadurch persönlich etwas für Sie geändert?

Ich werde zwar schon häufig darauf angesprochen, aber viel hat sich nicht geändert, da ich privat sehr zurückgezogen lebe.

Sie investieren klarerweise in Produkte, die Sie über Mediasshop vertreiben können. Was müsste ein B2B-Produkt bieten, damit Sie investieren?

Erstens einen extrem hohen Innovationsgrad – etwas derartiges darf es noch nicht am Markt geben. Und zweitens ein Geschäftsmodell, an dessen Erfolg ich stark glaube.

Natürlich investiere ich aber auch in förderungswürdige soziale Projekte, die ich ja auch nicht über Mediasshop vertreibe.

Worauf achten Sie besonders bei einem Startup-Pitch?

Natürlich steht die Idee beziehungsweise das Produkt im Vordergrund. Daran muss ich glauben, sonst würde ich nicht investieren. Gleichzeitig ist es natürlich auch wichtig, an die Menschen hinter den Startups zu glauben. Ich muss überzeugt sein, dass die Gründerinnen und Gründer ein Unternehmen führen können. Denn wir können bei unseren Beteiligungen natürlich unterstützen, aber letztendlich liegt die Führung bei den Unternehmern.

*“Es bei mir sicher zu 80 Prozent das Gespür beziehungsweise das Gefühl, das entscheidet.”*

Ist das auch eine Gespür-Sache?

Ja, auf jeden Fall. Bei all diesen Dingen ist es bei mir sicher zu 80 Prozent das Gespür beziehungsweise das Gefühl, das entscheidet. Die Zahlen sind natürlich immer wichtig. Man muss Eckpunkte haben, ob es realistisch ist, das Produkt vermarkten zu können. Aber alles andere ist eine Paarung aus Erfahrung und Gespür.

Wie verkaufen sich die Produkte aus 2 Minuten 2 Millionen bislang? Gab es große "Renner" oder auch Enttäuschungen?

Es ist alles dabei. Es gibt sehr erfolgreiche, mittel erfolgreiche und wenig erfolgreiche Produkte darunter. Zwei, drei Produkte aus der Show werden auch weltweit ausgerollt. Da versprechen wir uns große Erfolge. Einige weitere Produkte laufen gut. Und dann gibt es welche, die wir auf der Website angetestet haben, wo wir noch keine Beteiligung haben, die aus verschiedenen anderen Gründen scheitern. Eine hundertprozentige Erfolgsquote ist unrealistisch. Aus meiner Sicht ist die Quote, die wir erreicht haben, aber sehr, sehr gut. Und das zumal wir davon ausgehen, dass wir bei jenen Produkten, die wir international ausrollen, hunderttausende bis Millionen Stück verkaufen werden.

Und welche Produkte aus der Show werden das sein? Können Sie uns da schon etwas verraten?

Bei der Duschbombe (Anm.: Waltz 7) haben wir bereits internationale Kunden. Da sind wir schon im Rollout. Die Duschbombe ist in Österreich und Deutschland extrem erfolgreich. Da gibt es auch Gespräche mit weiteren Drogerie-Märkten, die sie ins Sortiment aufnehmen wollen. Auch die Gründer sind sehr tolle, liebe Menschen, die wir bereits stark in unser Team integriert haben. Da haben letztendlich übrigens nur Hans Peter Haselsteiner und wir investiert – in der Sendung waren es noch mehr (Anm. Heinrich Prokop und Leo Hillinger ⇒ [Zum Artikel](#)).

Auch beim BMB Schimmelentferner stehen wir vor dem internationalen Markteintritt. Da produzieren wir gerade einen Werbefilm. Das war ein Produkt, das nach wenigen Tagen im Handel komplett ausverkauft war. Da arbeiten mit Herrn Brandner (Anm. Gerhard, Co-Founder) zusammen, der uns bereits neue Innovationen vorgestellt hat. Auch Carbon Shield wird ein erfolgreiches Produkt, wo wir ebenfalls gerade einen Werbefilm dazu drehen.

Das ist ein Auszug der Highlights. Dazu kommen, wie gesagt, mehrere weitere sehr gut laufende Produkte.

*“Michael Altrichter hat dann auch gesagt, dass er in der Sendung ein bisschen zu emotional war.”*

Stichwort: Carbon Shield. Das hat Michael Altrichter in der Sendung als “Humbug” bezeichnet. Es sei eine reine Glaubenssache. Wie ist das bei Ihnen? Müssen nur die Kunden daran glauben, oder auch Sie selber?

Natürlich muss ich selber daran glauben. Ich würde niemals ein Produkt verkaufen, an das ich nicht selber glaube. Und um auf dieses konkrete Beispiel einzugehen: Es gibt Studien dazu, das ist wissenschaftlich belegt. Der liebe Michael Altrichter hat mich auch im Nachhinein kontaktiert. Ich habe ihn dann über die Situation aufgeklärt. Er hat dann auch gesagt, dass er in der Sendung ein bisschen zu emotional war. Das hat ihm ein wenig leid getan. Aber sei’s wie’s sei. Es ist gut, wenn jeder seine Meinung kundtut und auch für die Zuschauer ist es spannend, wenn nicht alle einer Meinung sind.

Fakt ist: Das Teil funktioniert. Dennoch möchte ich natürlich klarstellen: Wir haben Rückgaberechte und wenn jemand trotz allem nicht mit einem Produkt zufrieden ist, kann er es zurückschicken und bekommt das Geld zurück. Also man geht auch kein Risiko ein. Aber ich habe Carbon Shield selber zuhause und verwende es. Ich habe es meiner besten Freundin geschenkt. Die hat bei ihrem Mann einen “Blind-Test” gemacht – der schläft seitdem gut. Und wir haben noch sehr viele positive Rückmeldungen. Daher bin ich froh, in dieses Produkt investiert zu haben und es anbieten zu können. Aber es ist bei jedem Produkt – egal bei welchem – so, dass es Menschen gibt, die nicht zufrieden

sind. Das ist auch gut so, weil wir Menschen nicht alle gleich sind und jeder von uns doch unterschiedliche Bedürfnisse hat.

Sie werden auch beim 4GAMECHANGERS Festival sein. Was werden Sie dort tun?

Ich bin in der Jury beim Startup-Pitch-Contest. Aber ich muss zugeben: Ich war in den vergangenen Jahren noch nicht beim 4GAMECHANGERS Festival. Ich weiß nicht genau, was auf mich zukommt und lasse mich überraschen. Es gibt sehr viele spannende Themen dort und ich werde mir einiges ansehen. Ich habe mir auch schon viele Termine dort ausgemacht. Aber ich bin halt ein sehr spontaner Mensch und werde vieles vor Ort entscheiden.

*“Ich gehe sogar soweit zu sagen, dass man einige Jahre seines Lebens für eine Unternehmensgründung aufopfern muss.”*

Zum Abschluss: Was ist ihr persönlicher Tipp an Gründerinnen und Gründer, die ganz am Anfang stehen?

Erstens müssen sie von ihrem Produkt oder ihrer Dienstleistung zu 100 Prozent überzeugt sein. Zweitens müssen sie neutrale Meinungen von Dritten einholen. Wenn man anderen Leuten von seinem Produkt erzählt, müssen die begeistert sein und es unbedingt haben wollen. Wenn jemand sagt: “Es ist eh ok”, weil er einen nicht beleidigen will, sollte man sich nochmal darüber Gedanken machen. Drittens müssen sie sich darauf einstellen, dass sie nicht einfach sofort erfolgreich sein und das große Geld machen werden. Es gibt sehr harte Zeiten und ich gehe sogar soweit zu sagen, dass man einige Jahre seines Lebens für eine Unternehmensgründung aufopfern muss. Dann kann Erfolg kommen.

Denn wir sprechen immer von den erfolgreichen Beispielen, aber von der vielen Misserfolgen hört man wenig. Das heißt, das allerwichtigste ist aus meiner Sicht, großes Durchhaltevermögen zu haben. Man darf nicht bei ersten Gegenwind aufgeben. Dazu gehören finanzielle und emotionale Einbußen.