

# ALLES AUF ZUCKER

DIE ERFOLGSSTORY VON „DEINBONBON.DE“

Das erste Wort, das einem in den Sinn kommt, wenn man sich mit Daniel Reiser und Sascha Katzmann unterhält, ist „Professionalität“. Die beiden Studenten und Jungunternehmer haben mit „DeinBonbon.de“ ein Internetportal geschaffen, über das jeder seine ganz individuelle Bonbon-Mischung zusammenstellen kann. Von dem gut aufgestellten Start-Up werden wir in Zukunft bestimmt noch mehr hören. „Geschäftstüchtig“ wäre dann auch das zweite Wort, das die pffiffigen Schwaben sehr treffend beschreibt.

Ein voller Stundenplan, kaum Freizeit und dann noch ein Unternehmen aus dem Boden stampfen? Daniel Reiser, 23, Maschinenbaustudent an der Uni Vaihingen und Sascha Kaufmann, ebenfalls 23 und Master-Student im Bereich Management an der Uni Hohenheim, haben genau das geschafft. Aus einer alltäglichen Problemstellung heraus kam ihnen die Idee zu „DeinBonbon.de“. Und Saschas Freundin ist dabei nicht ganz unschuldig: „Nach über vier Jahren Beziehung wurde es echt schwierig, etwas Besonderes als Geschenk für meine Freundin zu finden“, sagt Sascha. Und etwas Selbstgemachtes, Individuelles sollte es schon sein. Also setzten sich die beiden Freunde bei einem Glas Wein zusammen und überlegten gemeinsam. Da kam ihnen die Idee zu einer individuellen Bonbonmischung. Dass diese Idee Potential hatte, eventuell etwas Größeres zu werden, war den beiden schnell klar. Sascha erzählt: „Wir dachten, das geht ja vielen so. Und so kamen wir auf den Gedanken, das irgendwie größer zu machen.“



Und „irgendwie größer“ ist es dann auch geworden. Seit der Gründung im Oktober 2010 haben Sascha und Daniel rund 1000 Bonbon-Mischungen produziert. Dabei wurden die Bonbons an Privat, aber auch an Firmenkunden, zum Beispiel mittelständische Unternehmen oder Werbeagenturen, verkauft. Circa 60 Prozent der Kunden sind privat, 40 Prozent sind Unternehmen. Dass die individuelle Bonbon-Mischung in Zeiten von Mager-Wahn und Model-Maßen überhaupt so erfolgreich wurde, sehen die Jungunternehmer in der Exklusivität ihrer Produkte begründet. Ihre Bonbons seien nicht schlichte Süßwaren, sondern vielmehr Feinkostprodukte. „DeinBonbon“ funktioniert nach einem bereits etablierten System, genannt „Mass Customization“ (zu Deutsch: „Kundenindividuelle Massenproduktion“). „Das Prinzip ist ja schon seit längerem erfolgreich“, so Daniel. Für die Nicht-Unternehmer: „Mass Customization“ beschreibt das zunächst widersprüchliche Konzept, ein Produkt für den Massenmarkt zu kreieren, das gleichzeitig individuell auf den Kunden zugeschnitten ist.

Doch vor dem Erfolg steht gute Planung und eine gute Basis. Bereits 2006 machten sich Daniel und Sascha mit einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) im Bereich der Nanotechnologie selbstständig. Ein Grundstock an Know-How war also

schon vor der Gründung von „DeinBonbon“ vorhanden. Sascha erstellte im Rahmen seines Management-Studiums einen Businessplan für „DeinBonbon“ und bekam dafür prompt eine 1,0. Die Idee schien also Erfolg zu versprechen. Nachdem die beiden sich entschlossen hatten, „DeinBonbon“ an den Start zu bringen, hieß es dann zunächst einmal testen, testen, testen: „Wir haben über 300 Bonbons getestet“, sagt Sascha und verweist darauf, dass „DeinBonbon“ von Anfang an auf Exklusivität ausgelegt war.

Der aufwändige Auswahlprozess habe sich aber gelohnt. Nach eigenen Angaben haben Daniel und Sascha heute nur das im Sortiment, „was uns überzeugt hat.“ Ganz und gar nicht überzeugt waren die beiden von der Leistung einer Agentur, die anfangs mit der Gestaltung eines Webshops für „DeinBonbon“ beauftragt war. „Der von der Agentur programmierte Web-Shop war gänzlich untauglich, es gab nicht einmal einen Warenkorb“, erinnern sich die beiden.



DeinBonbon

