

Start-Ziel-Sieg für Mario Maier, Fabian Gems und Georg Lackner (v. li.) von Supaso. Gleich bei ihrer ersten Teilnahme holten sie sich Platz eins beim GEWINN-Jungunternehmer:innen-Wettbewerb 2023.



Verbund

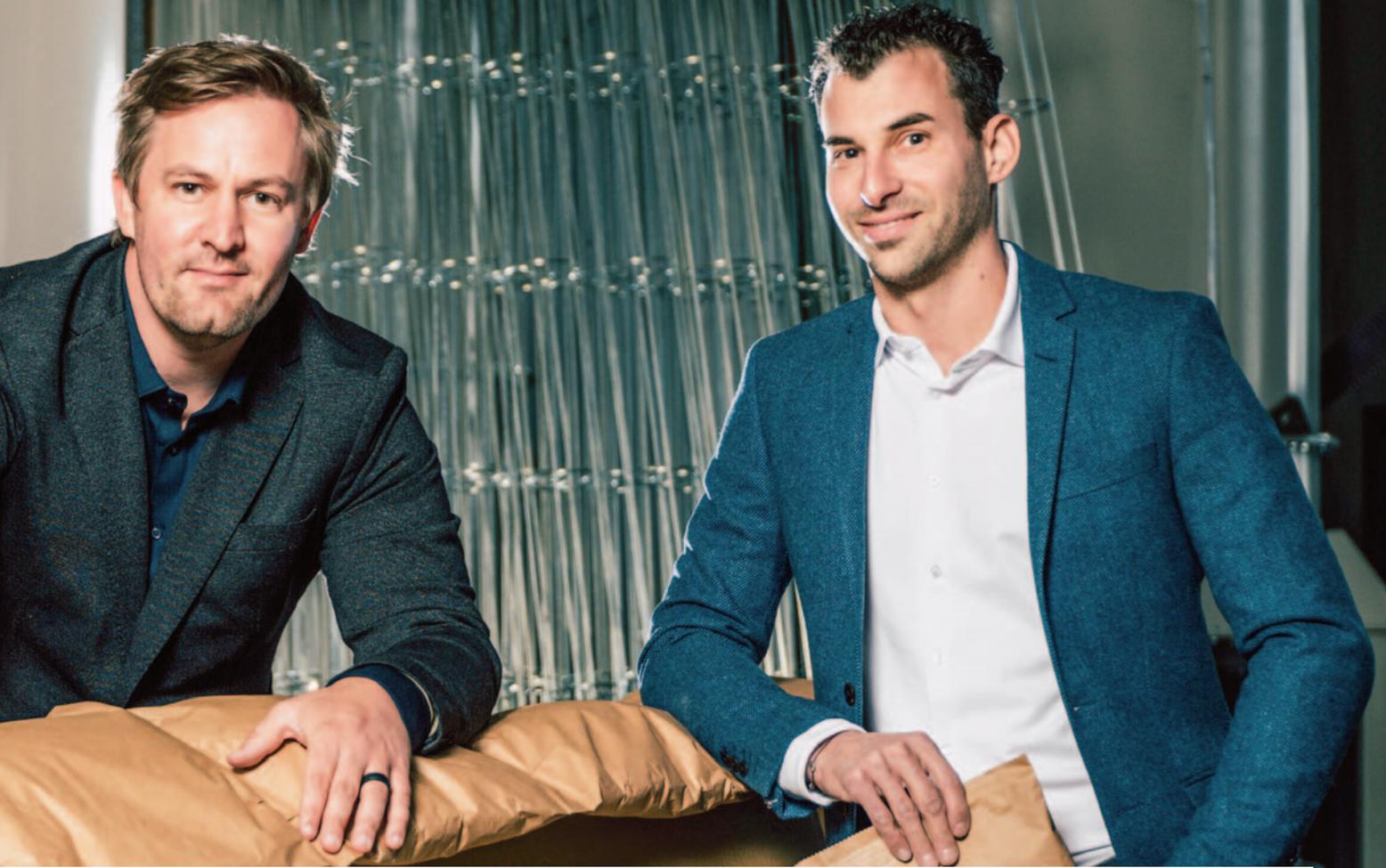


Supaso sind

JUNGUNTERNEHMER des Jahres

Mit nachhaltigen Verpackungen für den Versand von temperatur- und stoßempfindlichen Produkten sagen Mario Maier, Fabian Gems und Georg Lackner Styroporverpackungen den Kampf an. Seit dem Markteintritt 2021 konnten die Supaso-Gründer bereits 190 Kunden in neun Ländern für sich gewinnen.

VON MICHAELA SCHELLNER UND FRIEDRICH RUHM



Georg Lackner, Fabian Gems und Mario Maier haben einen souveränen Start-Ziel-Sieg hingelegt. Gleich bei ihrer ersten Einreichung zum bereits 33. GEWINN-Jungunternehmer:innen-Wettbewerb haben die drei Supaso-Gründer den ersten Platz ergattert und die hochkarätig besetzte Jury von ihrer Idee überzeugt.

Begonnen hat alles vor zweieinhalb Jahren, wie Gems erzählt: „Wir drei waren beruflich viel im Ausland unterwegs und haben immer gerne online bestellt. Dabei haben wir festgestellt, dass temperatur- oder stoßempfindliche Produkte nahezu überall auf der Welt in Styroporverpackungen verschickt werden. Wir dachten uns, es muss doch eine umweltfreundliche

Alternative dazu geben, und als wir keine hochwertige gefunden haben, haben wir selbst eine entwickelt.“

Funktionsunterwäsche für Kartonagen

Da Lackner ursprünglich in der Bauindustrie tätig war, wo sich Zellulose längst als Dämmstoff etabliert hat, machten sich die drei dieses Wissen zu Nutze und tüftelten an einer neuartigen Kühlversandlösung und einer Prototypenanlage für deren Fertigung. Herausgekommen ist ein Produkt, das zu 97 Prozent aus recyceltem Altpapier gewonnen wird, eine vergleichbare Dämmleistung wie Styropor hat und auch wieder im Altpapier recycelt werden kann. Um selbst an die wertvollen Rohmaterialien zu kommen, kooperiert Supaso – der Name steht übrigens

für Sustainable Packaging Solutions – mit verschiedenen österreichischen Partnern. Einer davon ist beispielsweise die Rogner Therme Bad Blumau, die ihre Altkartonagen, Gästezeitungen und Folder zur Verfügung stellt. Besonders wichtig war den Gründern darüber hinaus, dass ihre innovative Verpackung wertschaffend (bestes Preis-Leistungs-Verhältnis), nachhaltig (als klimaneutral zertifiziert), leistungsstark und anpassungsfähig ist. Die Einsatzmöglichkeiten sind jedenfalls vielfältig. Denn neben gekühlten Lebensmitteln oder stoßempfindlichen Waren wie Glas gebe es auch großes Potenzial im Transport von Medizinprodukten oder in der Autozulieferbranche. Außerdem gibt es bereits Anfragen von einem Haushaltsgerätehersteller. Gems: „Wir sagen immer, ▶

Mit Unterstützung von



 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft



 Bundesministerium
Klimaschutz, Umwelt,
Energie, Mobilität,
Innovation und Technologie

wir machen Funktionsunterwäsche für Kartongagen, weil unsere Verpackungen mittlerweile verschiedene Funktionen erfüllen. Wir können diese jedem Kundenwunsch anpassen und haben schon diverse Lösungen von einer Größe von 15 Zentimetern bis hin zu 1,3 Metern umgesetzt.“ Seit dem Markteintritt 2021 konnte Supaso 190 Kunden in neun Ländern für sich gewinnen. Dazu zählen etwa das auf pflanzenbasierte Fleischalternativen spezialisierte Start-up Planted, das Unternehmen Revo Foods (Platz 17 des GEWINN-Jungunternehmer:innen-Wettbewerbs 2023), das pflanzenbasierte Fischalternativen mittels 3D-Drucker herstellt, oder die Marcher Fleischwerke. Weiters kooperiert man mit Fulfillmentcentern und Verpackungsanbietern und pflegt Entwicklungspartnerschaften mit namhaften Unternehmen.

Neues Machine-as-a-Service-Modell

Produziert wird in Hartberg-Umgebung in der Steiermark auf dem Gelände eines ehemaligen Apfelgroßhändlers. Dorthin ist Supaso erst vor Kurzem übersiedelt, weil der alte Standort am Ökopark zu klein geworden ist. Nun hat man eine Fläche von rund 3.500 Quadratmetern zur Verfügung, wo die ebenfalls selbst gebaute Prototypenanlage derzeit im Dreischichtbetrieb 24 Stunden am Tag an fünf Tagen in der Woche läuft. Um die steigende Nachfrage decken zu können,

wird in Kürze eine zweite Maschine dazukommen.

In Summe haben die Gründer, die aktuell elf Mitarbeiter beschäftigen und ihr Unternehmen aus dem Cash-flow finanzieren, einen Betrag im siebenstelligen Euro-Bereich in den neuen Standort investiert. Knapp sieben-

stellig ist auch der Umsatz, den Supaso heuer erwirtschaften wird. Lackner, Gerns und Maier haben aber noch mehr vor, als „nur“ ihre Verpackungslösungen voranzutreiben. Derzeit arbeiten sie an einem Machine-as-a-Service-Modell, dessen Ausrollung für 2025 geplant ist. Damit will Supaso seine Maschinen an seine Kunden vermieten, damit diese ihre Papier- und Kartonabfälle in ihren eigenen Lagerhallen zu nachhaltigen Supaso-Isolierverpackungen weiterverarbeiten können. Das spare nicht nur den Versand von Altpapier ein, sondern ermögliche auch die Bespielung weiterer Länder. Vorverträge gibt es beispielsweise bereits mit Kunden in Chile, Brasilien, Deutschland, Frankreich und Amerika.

Die Kategorien 2023

Energie & Umwelt

(zur Verfügung gestellt von: Klimaschutzministerium)

- **Circularful GmbH**
- Die Pflanzerei – Veganer Lebensmittelhandel GmbH
- Revo Foods GmbH

Export

(zur Verfügung gestellt von: Industriellenvereinigung)

- **Valibiotics GmbH**
- PlusGear Sports GmbH
- Seasy GmbH

Hightech

(zur Verfügung gestellt von: Arbeits- und Wirtschaftsministerium)

- **ACI Monitoring GmbH**
- myAcker GmbH
- Ribbon Biolabs GmbH

Idee des Jahres

(zur Verfügung gestellt von: Wirtschaftskammer Österreich)

- **Holy Pit GmbH**
- Monkee GmbH
- Supaso GmbH

Platz zwei und Sieger Kategorie „Export“: Valibiotics – starke Pflanzen dank Mikroorganismen

Das niederösterreichische Unternehmen Valibiotics (ehemals Nourivit Technologies) mit Sitz in Traiskirchen entwickelt, produziert und vertreibt mikrobielle Produkte für die Landwirtschaft. „Landwirte sind sehr stark von chemisch-synthetischem Dünger abhängig. Wir haben biologische Pflanzenstärkungsmittel entwickelt, die die Pflanzen während des Wachstums sowie in Stresssituationen wie beispielsweise Trockenperioden unterstützen. Möglich ist das durch Mikroorganismen und Kalziumionen, die die Nährstoffe im Boden verfügbar machen, die Humusbildung anregen und ein gesundes Pflanzenwachstum fördern“, schildert Gründer Wolfgang Harreither. Der Biotechnologe leitet das im Jahr 2018 als Spin-off eines Forschungsprojekts der Universität für Bodenkultur (Boku) ins Leben gerufene Unternehmen mit seiner Frau und Co-Founderin Eva Harreither sowie Geschäftsführer und Agrarökonom Thomas Resl. ▶

Konnten mit ihren mikrobiellen Produkten für die Landwirtschaft Platz zwei ergattern (v.li.): Wolfgang und Eva Harreither sowie Thomas Resl von Valibiotics.



„Unser Ziel ist es, Landwirte dabei zu unterstützen, ihren Ertrag stabil zu halten, auch wenn sie den Einsatz von Chemie stark reduzieren. Die Zukunft liegt unserer Ansicht nach in der hybriden Bewirtschaftung. Das bedeutet, dass die konventionelle Landwirtschaft ökologischer und die biologische Landwirtschaft produktiver wird. Genau hier bieten wir praxistaugliche Lösungen“, ergänzt Eva Harreither, die wie ihre Kollegen auch einen landwirtschaftlichen Background hat.

80 Prozent Exportanteil

Dass die Jungunternehmer mit ihren Produkten, die preislich absolut mit chemisch-synthetischen Produkten mithalten können, den Nerv der Zeit getroffen haben, zeigt sich auch in den Umsatzzahlen. 2022 wurden 2,35 Millionen Euro umgesetzt; heuer peilt Valibiotics 3,3 Millionen an. 80 Prozent davon erwirtschaftet man im Export, bedeutende Länder innerhalb der EU sind Polen, Deutschland, Ungarn, Rumänien und Tschechien. „Darüber hinaus sind wir über lokale Partner auch in Nordamerika, Kanada oder Zentralasien aktiv“, erklärt Resl.

Hilfreich für die Unternehmensentwicklung sind die Vorgaben des europäischen Green Deals, wonach der Einsatz von Pestiziden und Düngemitteln in der EU bis zum Jahr 2030 halbiert werden soll. Aktuell investiert die Valibiotics-Gruppe in die Zulassung eines ihrer vier Produkte als Pflanzenschutzmittel, um die fungizide Wirkung (Abtötung von krankheitserregenden Pilzen oder Sporen) auch ausloben zu dürfen.

Seit 2021 produziert das Unternehmen im Gewerbepark Traiskirchen auf dem ehemaligen Semperit-Gelände. Dort sind auf 1.800 Quadratmetern Fläche Produktion, Labor, ein Lager



Mit ihrer Fiskalisierungsschnittstelle für Kassensysteme sind sie Marktführer in Deutschland (v.li.): Johannes Ferner, Simon Tragatschnig und Patrick Gaubatz.

sowie Büroflächen vereint. Um das Geschäft noch weiter zu skalieren, bieten die Jungunternehmer großen landwirtschaftlichen Betrieben und Vertriebspartnern die Installation einer Produktionsanlage direkt vor Ort an. Dort können die mikrobiologischen Starterkulturen dann selbst großgezogen werden, wodurch Emissionen und Transportkosten eingespart werden. Ende November wurde zur Finanzierung neuer Anlagen eine Crowdfunding-Kampagne mit Rockets Investments gestartet.

Platz drei: Fiskaly – keine Chance für Steuerbetrug

Fiskaly sind treue Teilnehmer des GEWINN-Jungunternehmer:innen-Wettbewerbs und konnten sich bei jeder Einreichung einen Platz in den Top 100 sichern. Auch schon als das Unternehmen noch unter dem Namen Code-Werkstatt OG firmierte und das Geschäftsmodell ein etwas anderes war. Dass das Engagement heuer mit einem

Platz unter den top drei belohnt wurde, zeigt einmal mehr, dass sich Dranbleiben auszahlt und Durchhaltevermögen eine unverzichtbare Eigenschaft jedes Unternehmers sein muss – siehe dazu auch die Gründerstorys in der Titelgeschichte ab Seite 20.

Aber der Reihe nach. Simon Tragatschnig (COO) und Patrick Gaubatz (CTO), beide Software-Ingenieure, starteten ihr Business 2017 mit der Idee der papierlosen Registrierkasse, hatten aber damals schon größere Pläne im Bereich der Fiskalisierung (Absicherung des lückenlosen Nachweises aller steuerrelevanten Daten an Kassensystemen zur Vermeidung von Steuerhinterziehung). Die Jungunternehmer waren allerdings ihrer Zeit voraus – ihre Schnittstelle stieß auf wenig Interesse, die mobile und papierlose Registrierkasse hingegen wurde erfolgreich. Ende 2018, Anfang 2019 wagten die beiden einen neuen Anlauf im präferierten Geschäftsfeld und holten sich mit Johannes Ferner (CEO) einen Vertriebs- und Marketingprofi ins Boot. „Seither liegt unser voller Fokus darauf,



Werden Sie GEWINN-Jungunternehmer:in 2024

Wenn Sie nach dem 1. 1. 2019 gegründet oder ein Unternehmen übernommen haben, haben Sie die Chance, GEWINN-Jungunternehmer:in 2024 zu werden. Die offizielle Ausschreibung startet im Frühling nächsten Jahres, aber Sie können sich schon jetzt registrieren:

www.gewinn.com/jungunternehmen2024





diese Fiskalisierungsschnittstelle Kassenherstellern als Infrastruktur anzubieten“, so Ferner. Mit Erfolg, denn mittlerweile ist das Start-up mit über 80 Mitarbeitern und Unternehmenssitz in Wien nicht nur in Österreich, sondern auch in Deutschland und Spanien tätig. In Deutschland hat sich Fiskaly zudem mit über 30 Prozent Marktanteil als Marktführer für cloud-basierte Fiskalisierung etabliert. „Dass Deutschland unser größter Markt ist, ist der regulatorischen Zeitleiste geschuldet. In Österreich war die Registrierkassensicherheitsverordnung bereits in Kraft, in Deutschland wurde erst über das Gesetz verhandelt. Wir haben dort also einen komplett neuen Markt vorgefunden, den wir so sukzessive aufbereiten konnten.“ Weitere relevante Märkte für Fiskaly sind aktuell Italien und Frankreich, aber auch nach Kanada strecke man schon seine Fühler aus. „Unser Ziel ist, dass wir Ende nächsten Jahres bereits in fünf Ländern aktiv sind“, so Ferner.

Über zehn Millionen Euro Umsatz

Aktuell nutzen mehr als 230.000 Unternehmen die Lösung von Fiskaly (über deren jeweilige Kassensoftwarehersteller) und stellen so die 100-prozentige Rechtskonformität ihrer Kassensysteme sicher. „An einem klassischen Einkaufssamstag, an dem Gastronomie und Handel gleichzeitig geöffnet haben, stehen wir bei 800 Transaktionen in der Sekunde. Spätestens im Weihnachtsgeschäft werden wir über 1.300 Transaktionen in der Sekunde haben“, ist Ferner überzeugt. Der Umsatz werde noch heuer die Zehn-Millionen-Euro-Marke überschreiten, außerdem sei man seit dem 20. Monat des Bestehens Cashflow-positiv. Ferner: „Alleine von Jänner bis September 2023 konnten wir unseren Umsatz um 34 Prozent steigern. Das Gesamtjahr werden wir mit einem Plus von 44 Prozent abschließen.“

Aktuell befindet man sich zudem mit dem neuen Geschäftszweig des digitalen Belegs als Alternative zum Papierbon in der Experimentierphase. Damit könnten Unternehmen sowohl Kosten sparen als auch einen Beitrag zum Umweltschutz leisten.

Kategorie „Energie & Umwelt“: Circularful – die kreislauffähige Matratze

Allein in Europa landen jedes Jahr 30 Millionen Matratzen im Abfall, in Österreich sind es zwischen 1,2 und 1,4 Millionen. Das muss nicht sein. Die

von Verena Judmayer und Michaela Stephen 2022 gegründete Circularful GmbH aus Wien hat mit MATR die weltweit erste kreislaufwirtschaftliche Matratze entwickelt und richtet sich damit an Hotels als Kunden, die nicht zuletzt vor der Herausforderung stehen, bis 2030 die Emissionen pro Zimmer um 66 Prozent zu reduzieren. Das Material, das die Kreislauffähigkeit der ▶

Wie viel „Einhorn“-Qualität haben die GEWINN-Jungunternehmer:innen 2023?

Ein Einhorn (engl. Unicorn) zu werden, also einen Marktwert von über einer Milliarde US-Dollar zu erreichen, ist für viele Jungunternehmer das angestrebte Ziel. Die wichtigsten Voraussetzungen dafür sind ein rasant wachsender Markt, eine intelligente Innovation (Technologie, Produkt und/oder Geschäftsmodell) mit einem möglichst schwer zu kopierenden Alleinstellungsmerkmal und ein Managementteam, das in der schwindelerregenden Dynamik des Wachstums ein heißes Herz und einen kühlen Kopf behält.

Nikolaus Franke ist akademischer Leiter des Professional MBAs Entrepreneurship & Innovation der

WU Executive Academy und Leiter des Instituts für Entrepreneurship und Innovation des WU-Gründungszentrums und der User Innovation Research Initiative an der WU Wien. Für GEWINN hat er analysiert, welches Einhorn-Potenzial die top drei des heurigen Jungunternehmer:innen-Wettbewerbs haben.



Nikolaus Franke, WU Wien, checkt die Top-drei-Start-ups auf ihr Einhorn-Potenzial.

Valibiotics GmbH



- Großer Markt mit enormem Wachstumspotenzial
- Nischenpositionierung mit Potenzial zum Beachhead?
- Starke nachhaltige Technologie, Orientierung an „Grand Challenge“-Problem
- Zusammenspiel aus technischer, betriebswirtschaftlicher und vertrieblicher Kompetenz im Team
- Wirtschaftlich schon jetzt überzeugend

Supaso GmbH



- Großer Markt mit enormem Wachstumspotenzial
- Nischenpositionierung mit Potenzial zum Beachhead?
- Starke nachhaltige Technologie, Orientierung an „Grand Challenge“-Problem
- Zusammenspiel aus technischer, betriebswirtschaftlicher und vertrieblicher Kompetenz im Team
- Wirtschaftlich schon jetzt überzeugend

Fiskaly GmbH



- Traditioneller und großer Markt mit Potenzial zur Eroberung durch digitale Lösung
- Geschäftsmodell erlaubt Skalierung
- Wachstumspotenzial schon jetzt sichtbar

MATR-Matratzen ermöglicht, ist ausgerechnet Polyester. Das, weil es im Unterschied zu Schaumstoff tatsächlich komplett recycelbar ist und auch Naturmaterialien wie Latex, Rosshaar oder Stroh aktuell keine Alternativen sind, berichtet Judmayer: „Das war auch für uns ein großer Aha-Moment. Aber de facto gibt es auch für Naturmaterialien keinen funktionierenden Prozess, dass diese recycelt oder kompostiert werden könnten.“

Im Vergleich zu herkömmlichen Schaumstoffmatratzen, die 70 Prozent aller Matratzen ausmachen, verursacht eine MATR-Matratze um 50 Prozent weniger CO₂-Emissionen, wie sich Circularful von einer Universität in den Niederlanden mittels einer Lebenszyklusanalyse bestätigen ließ. Da die MATR-Matratze aufgrund der hochwertigeren Materialien länger hält und auch unter dem Jahr nicht gewendet werden muss, hat Circularful zudem errechnet, dass sich ein Hotel über die gesamte Nutzungsdauer im Schnitt 18 Arbeitstage und 350 Euro spart. Judmayer: „Da ist miteingerechnet, dass wir uns um die Entsorgung kümmern, die in unserem Fall keine Entsorgung, sondern ein Recycling der Matratze ist.“

Mitentscheidend für die Kreislauffähigkeit eines Produkts ist aber auch das Design, erklärt Judmayer: „Je weniger Materialien und je leichter diese trennbar sind, umso besser. Wir



Verena Judmayer und Michaela Stephen (v.li.) überzeugten die Jury in der Kategorie „Energie & Umwelt“. Ihre MATR-Matratzen sind kreislauffähig.

arbeiten nur mit zwei Materialien: Stahlfederkernen, die eingeschmolzen werden können, und Polyester in unterschiedlichen Ausformungen.“

Pionierkunde war das Hotel Altstadt in Wien, auf der Referenzliste finden sich zudem das Topazz Lamee in Wien oder die Sportlers Lodge in Sölden. Bis Jahresende wird das Team auf fünf Personen wachsen und die erst seit heuer am Markt präsente Matratzenlösung sechsstellige Umsätze erwirtschaften, so Judmayer.

Und wer weiß, vielleicht gibt es die mehrfach ausgezeichneten MATR-Matratzen ja irgendwann auch für Private. Judmayer: „Noch haben wir keine

sinnvolle Lösung, wie wir den End of Cycle im Privatbereich abdecken können, aber das wäre natürlich ein spannender Markt. Über 80 Prozent der Betten sind im Privatbereich zu finden.“

Kategorie Hightech: ACI Monitoring – lückenlose Überwachung von Tunnel, Brücken & Co.

Dass man optische Glasfaserkabel auch zur Messung physikalischer Parameter einsetzt, kannte man bislang eher nur aus der Raumfahrt. „Die Überwachung von ziviler Infrastruktur mit faseroptischen Sensorsystemen ist relativ neuartig und war bis vor Kurzem vor allem im Forschungsbereich angesiedelt“, berichtet Christoph Monsberger. Selbst mehr als zehn Jahre forschend tätig, hat er 2021 gemeinsam mit Fabian Buchmayer und Werner Lienhart (als nicht operativem drittem Gesellschafter) die ACI Monitoring GmbH als Spin-off der Technischen Universität Graz gegründet. Monsberger: „Wir haben zahlreiche innovative Lösungsansätze entwickelt, die raus mussten aus der reinen Forschungsumgebung und in die baupraktische Umsetzung.“

In der Planung und Konfektionierung der Sensorlösung, deren Installation sowie der Akquise und Aufbereitung der Messdaten liegt auch die



ACI Monitoring gewinnt die Kategorie „Hightech“: Fabian Buchmayer (li.) und Christoph M. Monsberger überwachen die bauliche Sicherheit von Brücken und Tunneln.

besondere Expertise von ACI Monitoring (ACI steht für Advanced Civil Infrastructure). Monsberger: „Die Hardwarekomponenten sind am Markt verfügbar. Unser USP liegt in deren richtiger Zusammenführung, um jene Informationen und Messwerte abzuleiten, welche zur zuverlässigen Beurteilung und Analyse des Bauwerksverhaltens notwendig sind.“ Konkret geht es dabei vor allem um Tunnel und Brücken, aber auch Staudämme und Gebäude, die neu errichtet werden, oder Bestandsbauwerke, deren Lebensdauer verlängert werden soll. Monsberger: „Das kann man nur, wenn man die strukturelle Integrität des Bauwerks sicherstellen kann.“ Herkömmliche Methoden reichen da oft nicht aus oder sind insbesondere bei großflächigen Objekten kostenintensiver als die Lösung der ACI Monitoring.

Kunden von ACI Monitoring sind Infrastrukturbetreiber wie Asfinag oder ÖBB, aber auch Baufirmen oder Partnerunternehmen aus der Messtechnik. International hat man bereits die Deutsche Bahn, Aecom aus UK oder Ryobi-G aus Singapur auf der Referenzliste. Aktuell der größte Auftrag ist der Brenner-Basistunnel mit einem Gesamtvolumen von mehr als drei Millionen Euro. Monsberger: „Das ist definitiv auch unser spannendster Auftrag, weil wir hier in sämtlichen Bereichen tätig sind – von Design, Planung, Sensorkonfektionierung, Installation

der Sensorik im Tübingenwerk, aber auch im Tunnel bis hin zur Datenbereitstellung über ein eigenes Webportal für den Kunden. Für ein Unternehmen, das vor zwei Jahren gegründet wurde, eine ganz besondere Herausforderung.“

Und weil es so gut läuft, wird auch der Umsatz von ACI Monitoring, das bereits auf sechs Mitarbeitende angewachsen ist, heuer mehr als die prognostizierte Million Euro ausmachen, so Monsberger.

Kategorie „Idee des Jahres“: Holy Pit – erster nachfüllbarer Deostift

Das von Holy Pit aus Graz 2021 auf den Markt gebrachte Refill-Deo ist der erste nachfüllbare Deostift – jedenfalls im mitteleuropäischen Raum. Die Idee dazu kam den beiden Gründern Asmir Samardzic und Branka Puljic 2019 bei einer Kajakfahrt in Vietnam und einem großen Sack Plastikmüll, den sie aus dem Meer zogen. Dazu kam, dass Samardzic davor bereits Erfahrungen im E-Commerce und auch mit Deos gesammelt hatte: „Bei mir haben immer nur die krassen Chemiekeulen wirklich gut funktioniert. Also haben wir uns auch mit den unterschiedlichen Wirkungsweisen auseinandergesetzt und eine natürliche Alternative gefunden.“

Tatsächlich ist die Deomasse vegan und kommt ohne Aluminium oder Mikroplastik aus. Damit ist das Holy Pit Refill Deo nicht nur nachhaltiger, sondern auch hochwertiger als die meiste Konkurrenz. Aber auch eine Spur teurer. Ab 6,99 Euro kostet ein Refill, dazu kommen beim ersten Mal ca. fünf Euro für das aus recyceltem Kunststoff gefertigte Case.

Die weiteren Nachfüllkartuschen sind dann in speziell bearbeitetem Papier verpackt, sodass sie im Inneren fettabweisend werden und ganz ohne Plastikbeschichtung auskommen. Der Versand erfolgt CO₂-neutral. Samardzic: „Am Ende bleiben von unserem Refill-Deo nur fünf Gramm Papier übrig statt 30 Gramm Plastikmüll wie bei einem herkömmlichen Deostick.“

Getreu dem Motto „Making the world refillable“ entwickelt Holy Pit neben festem Shampoo und Dusch-„Bars“ weitere Produkte, die in das Case passen. Samardzic: „Wir haben Refill-Sticks für Handpflege, Fußpflege und seit diesem Sommer auch einen Anti-Mücken-Stick.“ Vor Kurzem wurde zudem das erste nachfüllbare Roll-on für flüssige Produkte gelauncht. Dabei arbeitet Holy Pit mit Partnern zusammen, die über die entsprechende Expertise, notwendige Zertifizierungen sowie Maschinen verfügen.

Der Vertrieb erfolgt online über den eigenen Store ([holypit.com](https://www.holy-pit.com)), über Amazon und über Kooperationen mit Unternehmen wie etwa der Deutschen Bahn, die das Produkt im Mitarbeiterportal gelistet hat. Ein sehr bekanntes Filmstudio in den USA plant mit Holy Pit eine Art Merchandising-Serie, die im Frühjahr auf den Markt kommen soll.

Dann könnte Holy Pit auch in den Drogerie-Regalen zu finden sein, ist Samardzic optimistisch: „Wir sind in Gesprächen und sehr positiv gestimmt, dass wir im Frühjahr auch im Einzelhandel vertreten sind.“ Das würde dann einen weiteren Umsatzschub bedeuten. Für heuer rechnet das mittlerweile achtköpfige Team von Holy Pit jedenfalls bereits mit mehr als 1,3 Millionen Euro Umsatz.

Einen Bericht über die Preisverleihung finden Sie ab Seite 96. 



Asmir Samardzic ist einer der Gründer von Holy Pit. Gemeinsam mit Branka Puljic bringt er den ersten nachfüllbaren Deostift im mitteleuropäischen Raum auf den Markt.