

Seite: 7  
 Rubrik: SON  
 Seitentitel: V1#V2

Jahrgang: 2016  
 Nummer: 0  
 Auflage: 121.901 (gedruckt) 107.610 (verkauft)  
 108.776 (verbreitet)  
 Reichweite: 0,34 (in Mio.)

Gattung: Tageszeitung

BERLINER VOLKSBANK / INNOVATIVE GESCHÄFTSIDEEN WERDEN MIT  
 UNTERSTÜTZUNG DER BERLINER VOLKSBANK ZUM ERFOLG GEFÜHRT

## Personalisierte Kunden im Netz und Rezepte von Bloggern aus aller Welt

Den dritten Preis beim **TU StarTUP-Award** gewann das Unternehmen Shopboostr, das die Personalisierung von Kunden beim E-Commerce in den Fokus genommen hat. Den zweiten Preis erhielt "mealy", eine App, die die besten Rezepte von Foodbloggern sammelt.

**Shopboostr:** Dimitri Haußmann, Hendrik Vlaanderen und Stephan Schindler sind Kopf und Gründer von Shopboostr. Dimitri und Hendrik lernten sich beim Studium an der FU Amsterdam kennen. Bei einer Projektarbeit zur Analyse des E-Commerce-Marktes erkannten sie die Chancen für anspruchsvolle Technologien zur Personalisierung von Kunden im Onlinehandel und entwickelten den ersten Prototyp. Und nach dem Studium ging es nach Berlin. Dort führte Stephan bereits eine eigene Immobilienvermittlung.

Nachdem sie auch Professor Küpper an der TU Berlin von ihrer Idee überzeugt haben, begann die strukturierte Forschung: Mit Küppers Hilfe beantragten sie ein Forschungsstipendium und wurden Teilnehmer des Uni-eigenen Inkubators.

Was Mitte 2014 als kühne Idee begann, kann sich heute sehen lassen: Das Start-up-Team ist auf zehn Köpfe angewachsen, gut 40 Kunden werden betreut.

Haben Online-Händler Shopboostr kennengelernt, sind sie schnell davon begeistert: Die Technologie kann ihre Kunden genau erfassen und dann passende Produkt-, Content- sowie Marketing-Aktivitäten individuell anzeigen.

Kenner wissen, dass so eine Big Data-Technologie für gewöhnlich viel technischen Aufwand und Know-how erfordert - zu viel für einzelne Online-Händler.

2016 wird für Dimitri, Hendrik und Stephan das Jahr der nächsten Innovation. Sie sind sicher, dass Online-Händler noch weiter denken müssen. Denn: Der Weg auf die mobilen Endgeräte lässt sich nicht aufhalten. Hier wollen sie als Erste am Markt neue vernetzte Technologien anbieten.

**mealy:** mealy ist die neue Rezepte-App von netztronauten, einem jungen Team aus Informatikern und Wirtschaftsingenieuren, das eine Leidenschaft verbindet: Kochen nach Food-Bloggerrezepten.

Der Zufall gab Starthilfe: Florian Feigenbutz und Tim Strehlow trafen sich ausgerechnet in Neuseeland zufällig wieder. Von dort brachten sie eine Vision mit nach Berlin, die auch Jenny Boldt begeisterte. So wurde aus einem Gedanken fern der Heimat eine Geschäftsidee: Beim gemeinsamen Kochen und Rezeptsurfen war ihnen aufgefallen, dass Foodblogger im Netz oft schwer zu finden sind, weil jeder woanders schreibt. Das wollte das Trio mit einer App ändern, ohne "das Rad neu zu erfinden", so Jenny Boldt, die Online-Marketing-Spezialistin der Gruppe.

"Denn tolle Rezepte-Apps gibt es ja bereits. Unser Ziel war deshalb, das Beste aus verschiedenen Welten zusammenzubringen: hochwertige Rezepte verschiedener Foodblogger in einem individuellen Profil mit kulinarischen Vorlieben, Eigenheiten und Lieblingsrezepten sowie die einfache Online-Bestellung der Rezept-Zutaten."

Anfang 2015 reichten sie ihre Geschäftsidee beim Businessplanwettbewerb ein, im Frühjahr wurde es konkret. In die laufenden Programmierarbeiten flossen Anregungen der User

sowie der BPW-Berater, aber auch die Ergebnisse einer Straßenbefragung ein. Nutzer können mit der kostenlosen App ihren Lieblingsbloggern folgen und immer neue Rezepte finden. Favorisierte Rezepte landen auf einer leicht handhabbaren Einkaufsliste, die im Supermarkt oder per Online-Bestellung eingekauft werden kann.

Vor fünf Monaten startete die Testphase der App, Testkunden gaben nützliche Hinweise. "mealy ist nun als Produkt rund und wird gut verstanden", sind sich die netztronauten einig. Mit REWE online und Allyouneed Fresh sind bereits zwei große Online-Supermärkte an die App angebunden. In Berlin kommen von home eat home 30 Kühlschränke als Abholstationen für Rezept-Zutaten hinzu. Die App liefert auch einen individuellen Feed mit Rezeptideen.

2016 geht es nun in die entscheidende Phase: Möglichst viele Besser-Esser und Foodblogger müssen von der App erfahren - auf dem deutschsprachigen Markt, irgendwann auch in Frankreich, Großbritannien und den Niederlanden. Weitere Online-Shops sollen als Partner gewonnen, die App kontinuierlich verbessert werden.

Zwar werden die drei Jungunternehmer im Media-Tech-Inkubator von West-Tech Ventures finanziert, doch für die Marketingkampagne benötigen sie weiteres Kapital. Mit Geschmack und guten Zahlen wollen die Hobby-Köche Investoren davon überzeugen, dass Besser-Essen auch ein gutes Geschäft sein kann.

[www.shopboostr.de](http://www.shopboostr.de)  
[www.mealy-app.com](http://www.mealy-app.com)