

Neuß: Grevenbroicher Zeitung

NRW > Städte > Neuss > Neuss: Scooper Energy über Startup-Erfolg mit Höhle der Löwen



Start-Up-Erfolgsgeschichte aus Neuss

Ein Jahr nach „Die Höhle der Löwen“

Rhein-Kreis · Durch die „Höhle der Löwen“ feierten Patrik Fuchs und Michael Gueth mit dem Drink „Scooper Energy“ ihren großen Durchbruch. Angefangen hat alles mit einer Abneigung gegen Tankstellenkaffee.

26.11.2022, 04:50 Uhr · 3 Minuten Lesezeit



Patrik Fuchs und Michael Gueth stellen Scooper Energy auf dem Gründer- und Unternehmertag in Neuss vor.

Foto: Wolfgang Walter

Von **Kim-Khang Tran**

Mit der bekannten Vox-Fernsehsendung „Die Höhle der Löwen“ haben Patrik Fuchs und Michael Gueth ihren großen Durchbruch geschafft: 500.000 Dosen „Scooper Energy“ hat das Start-Up-Unternehmen nach eigenen Angaben mittlerweile verkauft und damit einen Handelsumsatz von 3,8 Millionen Euro erzielt.

Entstanden sei die Idee hinter dem Energydrink-Ersatz an einer Tankstelle. Im Verkehrsstau habe man sich nach einem Wachmacher gesehnt, aber weder auf einen Tankstellenkaffee noch auf einen Energydrink Lust gehabt, erzählt Michael Gueth. Da sei die „Schnapsidee“ gekommen, die in Skandinavien beliebten Snus-Beutelchen mit Koffein statt Nikotin zu füllen. So etwas habe es noch nicht gegeben, meint Gueth. Als Fans der „Höhle der Löwen“ haben sich er und Patrik Fuchs bei der Fernsehsendung beworben.

Info

Was ist Scooper Energy?

Koffein-Beutelchen Das gleichnamige Produkt des Unternehmens mit Sitz in Neuss ist ein Nahrungsergänzungsmittel mit Koffein. Die Beutelchen sollen nach etwa 15 Minuten im Mund entsorgt werden. Für Kinder und Schwangere ist das Produkt ungeeignet.

Die nächste Schlüsselszene führt wieder zu einer Tankstelle: Da sei der entscheidende Anruf aus Köln gekommen. Gänsehaut habe das Start-Up-Duo bei der Einladung in die Höhle der Löwen bekommen, den Zapfhahn habe er eine Dreiviertelstunde lang im Auto gelassen. „Bestimmt haben die anderen Leute gedacht, dass wir Drogen genommen haben“, so Gueth.

Zur Vorbereitung habe das zweiköpfige Team nicht nur versucht, einen siebenminütigen Text auswendig zu lernen, sondern sich auch darum bemüht, abzunehmen. „Wir wollten nicht dick aussehen“, erzählt Fuchs. Am Tag des Drehs habe das Duo zwölf Stunden warten müssen, bis es kurz

vor 21 Uhr die Höhle der Löwen betreten durfte. Nicht gerade die optimale Uhrzeit, um ein koffeinhaltiges Produkt vorzustellen. Überzeugen konnten Fuchs und Gueth dennoch eine Löwin: Dagmar Wöhrl nahm den Deal an und tauschte 150.000 Euro gegen 50 Prozent Firmenanteil.

Hauptzielgruppe der mit Koffein gefüllten „Pouches“ sind Menschen im Alter von 16 bis 49 Jahren, erklärt Fuchs. Die beiden Gründer passen selbst gerade noch in diese Gruppe: Gueth ist 47 Jahre alt, Fuchs 45. Wie die beiden „Mittvierziger“ dennoch ein Gespür für die „Gen Z“ bekommen? „Wir haben ein sehr junges Team“, sagt Gueth. Aber auch die beiden Gründer selbst seien jung geblieben: „Ich fühle mich nicht wie 47“, betont Gueth.

Das könnte Sie auch interessieren



Die Kinder der beiden Start-Up-Unternehmer dürfen „Scooper Energy“ noch nicht probieren: Empfohlen ist ein Mindestalter von 16 Jahren, das älteste Kind von Fuchs ist 15 Jahre alt. Gesundheitsschädlich sei „Scooper Energy“ nicht: Zwar habe das Produkt die gleiche Darreichungsform wie Snus, sein Inhalt sei jedoch eher mit einem Kaffee oder einem Energydrink zu vergleichen. Als eine Alternative zum Tabak lasse sich „Scooper Energy“ dennoch einsetzen: „Unser Produkt wird als eine Möglichkeit gesehen, aufzuhören, Tabak zu snusen“, so Fuchs. Beliebt sei der Energydrink-Ersatz auch bei Sportlern, da man die Beutel auch beim Sport konsumieren könne.

Neben der „Höhle der Löwen“ ist auch Tiktok für den Erfolg von Scooper Energy entscheidend: Täglich produzieren Mitarbeiter des Start-Up-Unternehmens Videos, dabei arbeiten sie auch mit Influencern zusammen. Selbst das Logo von Scooper Energy erinnert mit seiner Ästhetik an Tiktok, laut den Gründern jedoch nicht absichtlich. Schaut man in die Kommentare zu einigen Tiktok-Beiträgen, fällt auf, dass die Frage nach dem Mindestalter besonders häufig gestellt wird. Die Antwort von Scooper Energy bleibt immer ungefähr: „Wir empfehlen strikt ab 16, Bro“, heißt es in Jugendsprache. Auf Energydrinks können die beiden Gründer selbst verzichten, auf Kaffee nicht: Als „Kaffeejunkies und Energyhater“ bezeichnen sie sich selbst. Einen guten Kaffee könne ihr Produkt nicht ersetzen. Besser als einen Tankstellenkaffee finden Fuchs und Gueth ihr Produkt hingegen auf jeden Fall.

Noch keine Kommentare