

Diese Superfood-Riegel schafften es bis ins Kanzleramt

Veröffentlicht am 06.02.2019 | Lesedauer: 5 Minuten

Von Anna Vogt

Viele Menschen denken jahrelang über eine gewinnbringende Geschäftsidee nach. Katharina Staudacher kam die Idee, die ihr Leben verändern sollte, beim Kauen. Heute stellt sie gesunde Energiesnacks her.

Geschäftsführerin, selbstständig? Katharina Staudacher hatte ganz andere Pläne. Schritt für Schritt wollte sie die Karriereleiter erklimmen, arbeitete nach dem BWL-Studium fest angestellt bei Tchibo. „Für ein Auslandssemester in den [USA \(/themen/usa-reisen/\)](/themen/usa-reisen/) hatte ich mich freistellen lassen und wollte dann zurück in den Konzern.“ Aber es kam alles anders. „Meine Freunde in Berkeley wunderten sich, was an einer Festanstellung so toll sein sollte. Die waren alle risikofreudig, nicht so auf Sicherheit fixiert. Ich hörte immer nur: Wenn du eine Idee hast, mach dich selbstständig. Und ich hatte ja eine Idee.“

Die war ihr gekommen, als sie ihre Nüsse und Früchte in den Vorlesungen auspackte. „Zum einen aßen mir die Kommilitonen schnell alles weg, zum anderen war die selbst zusammengestellte Mischung sehr krümelig und unpraktisch. Ich überlegte, wie man [Nüsse \(/themen/nuesse/\)](/themen/nuesse/) und Trockenfrüchte in gut zu transportierende Energieriegel formen könnte.“ Und weil das Produkt, das vorerst nur in der Vorstellung existierte, nicht nur handlich, sondern auch gesund sein sollte, musste es ohne Zusatzstoffe, ohne Raffineriezucker, ohne Gelatine auskommen. „In den USA habe ich erste Versuche gestartet, zurück in Deutschland, war ich voller Optimismus und machte mich an die Arbeit.“

Der Name für die neue Firma war schnell gefunden. Foodloose. Katharina hieß damals noch Loose und Food war ihre neue Profession – das passte. Dann ging der Stress los. „Ich brachte den amerikanischen Spirit mit nach Hamburg, fühlte mich frei und war sicher, auf dem richtigen Weg zu sein.“ Die Unternehmerin in spe bestellte Waren beim Großhändler, alles in [Bioqualität \(/themen/bio-produkte/\)](/themen/bio-produkte/). „Schließlich war ich Waldorfschülerin und bin in einer Familie aufgewachsen, in der gesunde Ernährung eine große Rolle spielt. Zucker? Gab es nicht. Süßigkeiten? Verboten. Ab und zu mal ein getrockneter Apfelring, das war's.“

In Hamburg testete Katharina Loose Geschmacksmischungen und experimentierte mit Gewürzen. Mango mit Kokos (</themen/kokosnuesse/>) und Mandeln oder lieber mit Cashews? Trockenkirschen mit Erdnüssen? Inspirationen lieferte ihr das eigene Leben. An ihren Studienaufenthalt in Berkeley erinnert der „Frisco Crisp“ mit Haselnüssen, Erdnüssen, Kürbiskernen, Cranberries, Äpfeln und Kakao. „Delhi Delight“ mit Mangos, Ananas, Kokos und Curry weckt Erinnerungen an eine Reise nach Sri Lanka. Schließlich hatte sie vier Geschmacks-Prototypen erschaffen. Diese Produkte der ersten Stunde sind noch heute Bestseller.

Jetzt mussten die Lebensmittel nur noch produziert werden. Der Gedanke daran amüsiert die 39-Jährige heute noch. „Meine Eltern mussten ran. Wir mieteten einen Raum und waren 14 Tage lang von sieben Uhr früh bis abends um 21 Uhr mit dem Zerkleinern, Mischen, Abwiegen und Zusammensetzen der Bio-Nuss-Fruchtriegel beschäftigt. 30 Kilo getrocknete Ananas (</themen/ananas/>) zu hacken ist kein großes Vergnügen.“ Die zusammengerührte Masse mit Agavendicksaft als Bindemittel wurde in Riegel geschnitten, der Vater wog jeden einzelnen per Hand ab, genau 35 Gramm. Vieles ging schief, die Masse hielt nicht zusammen, fiel auseinander. Trotzdem gaben Katharina und ihre Eltern nicht auf. Schließlich hatten sie es geschafft, 4000 Foodloose-Riegel waren fertig, ein Lohnverpacker steckte die in Heimarbeit gefertigten Werke in hübsch designte Hüllen. „Inklusive Arbeitszeit mit Mindestlohn hätten wir damals für jeden der 4000 Riegel fünf Euro verlangen müssen, um auf unsere Kosten zu kommen.“

Aber Katharina Loose, die bald heiratete und seither Staudacher heißt, von Natur aus willensstark, gab nicht auf. Den Nuss-Frucht-Bruch aus der Heimarbeit mit den Eltern verkaufte sie kurzerhand auf dem Isemarkt, fragte ihre Freundin Verena Ballhaus-Riegler, ob sie die Vermarktung übernehmen wolle und bot die ersten Produkte ihrem ehemaligen Arbeitgeber Tchibo (</themen/tchibo/>) zum Verkauf in der Kantine an. Auch das funktionierte. Aus dem holprigen Start wurde in rasantem Tempo eine gut laufende Produktion. Und aus ihren anfangs noch skeptischen Eltern wurden schnell die größten Fans von Foodloose.

Heute wird in Griechenland produziert, „ein Glücksgriff“, sagt die Firmengründerin. Tausende Bioriegel rollen täglich vom Band. Die Zeiten, als jedes Stück ausschließlich in Handarbeit produziert wurde, sind aber nicht ganz vorbei. Im Winterhuder Firmensitz mit angeschlossener Versuchsküche experimentieren die Mitarbeiter täglich mit neuen

Mischungen. Katharina Staudacher isst immer noch täglich mindestens einen ihrer Nussriegel. Dabei ist sie aber immer schlank geblieben. „Ich bin nicht fürs Kalorienzählen (</themen/kalorien/>), sondern dafür, dass man gesunde Kalorien zu sich nimmt und insgesamt einfach weniger isst.“

Mit neuen Produkten wie Weingummi-Fruchtherzen mit Apfel-Himbeere und Apfel-Mango-Geschmack, die zu 98 Prozent aus Früchten bestehen, oder Brotaufstrich aus Schokolade (</themen/schokolade/>), Datteln und Erdnüssen sorgen sie und ihr Team, das mittlerweile aus den beiden Chefinnen, acht Mitarbeitern plus Praktikanten und Werkstudenten besteht, für Abwechslung im Angebot. Längst liegen ihre Produkte bei Budni oder Rossmann in den Regalen.

Längst sind die Foodloose-Produkte für viele Schulkinder Pausennahrung, längst ist der Firmenname nicht nur in Hamburg (</themen/hamburg-staedtereise/>) ein Begriff, bis ins Kanzleramt haben es ihre Riegel schon geschafft. Rund 100 Tonnen Nüsse und Früchte hat Foodloose im vergangenen Jahr verarbeitet, rund zwei Millionen Euro Umsatz macht das Unternehmen im Jahr. Die Produkte werden neben Deutschland auch in Österreich und den Niederlanden verkauft. Hotels und Konzerne wie Allianz und Otto ordern sie. Zu den treuen Kunden gehört der Kantinenchef von Tchibo, dem Katharina Staudacher vor zehn Jahren ihre ersten Erzeugnisse angeboten hatte.

Inzwischen können die Firmengründerinnen von ihrer Arbeit leben. Katharina Staudacher hat nebenbei drei Kinder (</themen/familie-und-beruf/>) bekommen, für die versucht sie, ihre Nachmittage frei zu halten. „Anstrengend ist das, aber es funktioniert.“ Ihre sechsjährige Tochter habe sie letztens gefragt, ob sie ihre Produkte selbst herstelle. „Ich sagte Nein. Verkaufst du sie selbst? Nein? Verpackst du sie selbst? Nein.“ Dann guckte die Kleine ganz erstaunt. „Ja, aber was arbeitest du denn dann überhaupt?“

Folgen Sie uns unter dem Namen ICONISTbyicon auch bei Facebook

(<https://www.facebook.com/ICONISTbyicon/>), Instagram

(<https://www.instagram.com/iconistbyicon/>) und Twitter

(<https://twitter.com/iconistbyicon>).