

11

Fragen an:

Denis Burghardt
Gründer der KERNenergie GbR
Website: www.kern-energie.com
Start: 2010

Jedes Jahr entstehen in Deutschland mehr als 10.000 neue Internet-Start-ups. Eines der Unternehmen stellen wir Ihnen jeden Monat im Start-up-Interview vor.

Nüsse nach Deinem Geschmack

KERNenergie ist die erste Marke für frisch geröstete Nüsse, die auf Kundenbestellung frisch röstet und durch die Auswahl der Rohwaren und Röstmethode neue Maßstäbe setzt.

1. Was ist KERNenergie?

KERNenergie ist die Luxusmarke für hochwertige Nüsse, Nuss-/Fruchtmischungen sowie schokolierete Varianten mit einem unvergleichlichen Geschmackserlebnis. Wir kaufen unsere Nüsse nur aus den besten Anbaugebieten und – das macht außer uns niemand – wir rösten unsere Nüsse erst nach Bestelleingang vom Kunden! Jeder kennt es: frische Lebensmittel schmecken einfach besser.

2. Seit wann gibt es KERNenergie? Hatten Sie im Vorfeld der Gründung Bedenken?

KERNenergie wurde 2010 gegründet. Da wir schon vor Gründung unsere Produkte „direkt am Kunden“ mit Blindtests geprüft hatten, waren wir sicher, dass es große Nachfrage geben würde. Das hat sich auch bewahrheitet.

3. Welchen Impuls hatten Sie für den Vertrieb von Nüssen, Trockenfrüchten und Kernen?

Ich war schon seit der Kindheit ein großer Nussfan. Auf vielen Reisen lernte ich später zahlreiche Nuss-Sorten kennen, die man so bei uns im Supermarkt kaum finden würde. Der Geschmack exotischer Kerne und frisch ge-

rösteter Nüsse ließ mich nicht mehr los und ich wollte – wie viele andere Gründer sicher auch – meine Leidenschaft zum Beruf machen und habe KERNenergie gegründet.

4. Wie sind Sie auf den etwas zweideutigen Unternehmensnamen KERNenergie gekommen?

Wir haben einen Namen gesucht, der etwas abseits der normalen Spur ist. Energie aus Kernen fanden wir alle einfach unheimlich passend – Nüsse bringen einem ja auch positive Energie. Und zweideutig finde ich persönlich eindeutig gut.

5. Wie wurde das Gründungskapital finanziert?

Das Gründungskapital kam nahezu ausschließlich aus privaten Mitteln der drei Gründer. Es ist schon richtig, dass noch weiteres Kapital mich hätte ruhiger schlafen lassen aber letztendlich sind wir auch dank der Hilfe unserer immer toll unterstützenden Lieferanten gut zurechtgekommen.



KERN
energie®

6. Gab es spezielle Herausforderungen, die von Ihnen bewältigt werden mussten?

Puh, um diese Frage richtig zu beantworten, bräuchte ich sicher 10 Seiten Platz. Es gab so viele Herausforderungen, an die ich vor Gründung niemals gedacht hätte. Jede Kleinigkeit muss einfach passen, wenn man seinem Kunden etwas ganz Tolles anbieten möchte.

7. Was würden Sie rückblickend, nach über 2 Jahren am Markt, an der Startphase von KERNenergie ändern?

Ehrlich gesagt gar nichts: wir haben sicher viele Fehler gemacht, hätten tausend Sachen anders anpacken können... Aber: es ist immer noch eine tolle, spannende Zeit und da gehört es einfach dazu, das auch anzunehmen. Sollte ich irgendwann weitere Unternehmen gründen, werde ich vielleicht einige Dinge anders handhaben aber dann halt wieder neue Fehler begehen. Das gehört meines Erachtens dazu.

8. Gab es während der Gründungszeit auch unerwartete Fortschritte?

Was mich fasziniert hatte, war die unglaublich positive Resonanz aus der Hotellerie. Gerade in der TOP-Hotellerie hatte ich manchmal das Gefühl, dass die Kunden nur auf ein Snack-Produkt gewartet hatten, das endlich einmal etwas wirklich Tolles für ihre Gäste ist.



9. Wie konnten Sie Ihre B2B-Premium-Partner von KERNergie überzeugen? Und was für ein Gefühl war das?

Ich möchte jetzt keine Werbesprüche bringen – aber der Geschmack der frisch gerösteten Nüsse spricht für sich selbst. Es ist vielleicht übertrieben zu sagen, dass sich das Produkt von selbst verkauft, aber ... bevor ich zu lang werde mit der Antwort... einfach mal probieren. Dann haben Sie die Antwort. Und das Gefühl ist einfach unglaublich toll!

10. Welche Eigenschaften sollte ein Existenzgründer mitbringen?

Ich möchte jetzt keine Lebensweisheiten oder Kalendersprüche loslassen. Jeder Gründer ist anders, jedes Konzept ist anders...probiert es einfach aus.

11. Wo sehen Sie zukünftig die größten Herausforderungen für Food Mass Customization?

Ich möchte da nur aus unserer Perspektive sprechen: wenn es uns weiter gelingt, die einzigartige Produktqualität aufrechtzuerhalten, werden wir weiter stark wachsen und gedeihen. Ich würde mich freuen, wenn wir über alle nur denkbaren Vertriebswege unsere Kunden in so vielen Ländern wie nur irgend möglich mit unseren Nüssen glücklich machen können. Insofern ist für mich jeder neue Kunde ein echter Meilenstein.



Jetzt bewerben!

Sollen wir auch Ihr Start-up vorstellen? Dann bewerben Sie sich mit einer E-Mail an presse@internethandel.de. Die interessantesten Gründer schaffen es direkt ins Magazin.