

Volles Risiko mit Online-Verkauf

Das grüne Start-up **PRIMOZA** musste wegen der Pandemie seinen Vertrieb umstellen und einen hohen Kredit aufnehmen.

VON MARIA INOUE-KRÄTZLER

Eine Affinität zum Gründen haben wir alle drei mitgebracht“, sagt Orlando Zaddach (33) rückblickend. Gemeinsam mit Tobias Aufenanger (29) und Marion Baron (29) hat er 2018 das grüne Start-up Primoza aus der Taufe gehoben. Durch Zufall waren die Jungunternehmer an der Uni in Nürnberg zusammengekommen und gewannen mit ihrem „wachsenden Kalender“ den „Fünf-Euro-Wettbewerb“ der Wiso.

„Die ersten 200 Kalender wurden uns aus den Händen gerissen“, berichtet Zaddach. Schnell war den drei damaligen Studenten klar, dass viel Potenzial in ihrer Idee steckt. Sie beschlossen darum, ihren „wachsenden Kalender“ in einer GmbH zu vertreiben. Der Clou: In den Seiten des Kalenders aus Recycling-Papier sind Blumensamen integriert. Nach Ablauf des Monats können diese dann zum richtigen Zeitpunkt gepflanzt werden.

Samenfest und in Bioqualität

Auf den Kalendersseiten findet man ferner Gartentipps. Schließlich sollen damit auch Städter zum Gärtnern gebracht werden, die vielleicht keine Vorerfahrung haben, erläutert Zaddach. Die Samen für die Pflanzen sind samenfest und haben Bioqualität. Illustriert wurde der erste Kalender mit feinen Pflanzenbildern von Co-Gründerin Baron, die schon immer gern gemalt und gezeichnet hat. Gedruckt und produziert wird der Kalender von regionalen Betrieben.

Verkauft hat ihn das Primoza-Team zunächst auf elf Weihnachtsmärkten in der Region. „Das hat den Vorteil, dass man dort mit den Kunden ins Gespräch kommt und den Kalender genau erklären kann“, findet Zaddach. Im Jahr darauf war das Start-up bereits auf 40 Weihnachtsmärkten vertreten.

Inzwischen gibt es Primoza-Kalender zu diversen Themen: „Tausend-sassa“ richtet sich an urbane Men-

schen ohne grünen Daumen, die auf dem Balkon erste Pflanzversuche machen wollen. Im „Vergessene-Saaten-Kalender“ werden die Themen Artenschutz, Biodiversität und die Erhaltung von altem Saatgut in den Fokus gerückt.

Ein weiterer Kalender ist dem Thema Heilkräuter gewidmet und enthält Heilteesorten wie Frauenmantel oder Kamille. „Der Zwölfmalklug-Kalender“ ist ein immerwährender Kalender, zu dem man alljährlich neue Saatgutstreifen erwerben kann.

Zudem will Primoza Kinder zum Gärtnern anregen. So entstand das Buch „Emi Brillenbiene“. Darin macht die kleine Biene Emi Bekanntschaft mit jeder Menge Pflanzen, wie dem Rotklee, Ysop und Liebstöckel. Diese erzählen von ihren Fähigkeiten und Besonderheiten. Im Buch finden sich auch Samen.

Das Engagement von Primoza wurde 2019 mit dem „Best New Product Award“ auf der Messe Biofach belohnt. Es folgte der Kalenderpreis des deutschen Buchhandels 2020. Von Beginn an sei Primoza gewachsen und habe seine Gewinne gesteigert, resümiert Zaddach. Im vergangenen Winter wollte die GmbH eigentlich auf 80 Weihnachtsmärkten präsent sein. „Die Vorbereitungen liefen bereits. Das war mit einem erheblichen Aufwand an Planung und Organisation verbunden“, berichtet Zaddach.



Orlando Zaddach, einer der Gründer von Primoza.



Mit wachsenden Kalendern aus Samenpapier hat sich das Nürnberger Start-up Primoza einen Namen gemacht. Inzwischen sind weitere grüne Produkte dazu gekommen.

dach. Doch dann kam bekanntlich Corona.

„Wir hatten drei Möglichkeiten. Erstens: das Projekt beenden. Zweitens: Es auf Eis legen und nach einem Jahr wieder starten. Oder drittens: ins volle Risiko gehen und die Kalender fortan statt auf Märkten online zu vertreiben.“ Primoza entschied sich für Letzteres. Das habe bedeutet, einen Kredit im sechsstelligen Bereich aufzunehmen und am Jahresende mit einem erheblichen Minus zu rechnen.

IT-Spezialisten geholt

„Denn bis dahin war der Online-Verkauf nur nebenbei gelaufen“, berichtet der 33-Jährige. „Wir wussten, was geändert werden musste, dass wir eine ganz neue Online-Plattform aufsetzen mussten, um eine große Stückzahl von Kalendern verkaufen zu können. Dazu brauchten wir auch Know-how in der Firma und nahmen einen IT-Spezialisten mit ins Boot.“

2020 war auch für Primoza nicht einfach. So seien Nachahmerprodukte unter dem gleichen Namen erschienen. Die Facebook- und Instagram-Seite des Unternehmens wurden gehackt. All diese Nebenschauplätze habe viel Energie gekostet.

Jetzt wolle das Team aber nach vorne schauen: „Wir wollen unser Pro-

dukt ständig verbessern und dazu unsere Palette erweitern“, skizziert Zaddach. Neben den Kalendern und dem Kinderbuch hat Primoza von Anfang an Grußkarten im Angebot. „Let yourself time to grow“, steht auf einer von ihnen. Sie zeigt ein Mädchen, in dessen Umgebung es grünt und sprießt; sogar aus ihrem Kopf scheinen Blätter zu wachsen, von einem Hund zu ihren Füßen wird sie wachsam beäugt, ein Vogel lässt sich bei ihr nieder.

Junge Künstler haben die Karten gestaltet. „So erhalten sie eine Plattform, um auf sich aufmerksam zu machen“, erläutert Zaddach. Inzwischen ist beispielsweise auch ein Anzucht-Set, Samenbomben und torffreie Bio-Pflanzenerde im Angebot. Sehr aktiv ist Primoza in den sozialen Medien. In einem Blog und einem Newsletter gibt es beispielsweise Garten-Tipps. Auf Facebook und im Internet kann man seine Erfahrungen und Fotos teilen.

Kurs auf 20 Mitarbeiter

Außerdem wächst Primoza personell. Derzeit arbeiten 17 Mitarbeiter dort. „Am Ende des Jahres möchte ich, dass wir 20 sind“, sagt der Unternehmer. „Denn zehn können gemeinsam sehr viel schaffen. 20 schaffen doppelt so viel.“ Prohalber will er

den Mitarbeitern künftig einen freien Tag pro Woche für eigene Projekte geben. Diese sollen natürlich mit der Firma zu tun haben, seien aber an keinen Arbeitsauftrag gebunden und könnten etwa für Pflanzexperimente genutzt werden.

Die Welt etwas besser machen

Innovativ ist das Start-up auch mit den Einnahmen durch die Mehrwertsteuer-Senkung umgegangen und hat einen Spenden-Wettbewerb gestartet. Nutzer konnten dazu auf der Unternehmens-Website abstimmen und sechs Projekte auswählen, an die nun insgesamt 40000 Euro gehen. „Wir möchten mit dem Geld Projekte unterstützen, die aus der aktuellen Krise heraus die Welt besser machen“, berichtet Primoza-Mitgründer Tobias Aufenanger.

171 Personen, Einrichtungen und Unternehmen hätten sich um den Fördertopf beworben. Bei der Vorauswahl durch Primoza war dem Team wichtig, dass die Projekte kreativ auf die Krise reagieren und den Anspruch haben, die Welt zu verbessern – nicht nur die eigene Lage. Die meisten Stimmen erhielt das Kinder- und Jugendheim Elisabethstift in Berlin-Brandenburg, das nun eine Spende von 25000 Euro für die Ausstattung mit WLAN bekommt.