

Startup Waldfleisch

Das Jungunternehmen bietet das ganze Jahr über hochwertiges **Wildfleisch** wie Reh, Hirsch und Wildschwein über einen Onlinevertrieb an.

Dieses Startup bringt Wild auf den Teller

STEFAN MAIR

Die Business-Idee:

Wildfleisch entstand aufgrund der Leidenschaft von Gründerin Agnes Biolleys Ehemann für die Jagd. Ursprünglich verkaufte er sein selbst erlegtes Wild an Freunde und Kolleginnen. Die Nachfrage aus dem Bekanntenkreis wuchs und wuchs und war irgendwann kaum mehr zu bewältigen. Daraus entwickelte sich die Idee, einen Onlineshop zu gründen, um Wildfleisch einer breiten Masse an Menschen zugänglich zu machen und den hohen Bedarf schneller zu decken. Das Angebot des Shops umfasst diverse Wildarten wie Reh, Hirsch und Wildschwein. Die Kunden und Kundinnen können so das ganze Jahr über hochwertiges Wildfleisch geniessen. «Wir sind überzeugt, dass das wirklich ein Fleisch ist, das sehr unterschätzt und in der Regel nur saisonal gegessen wird», so Agnes Biolley. Prompt entschloss sich das Paar, die Idee mit einem Startup in die Tat umzusetzen.

Die Gründer

Agnes Biolley bringt ihre Expertise in den Bereichen Marketing und Kundenkommunikation ins Unternehmen ein. Sie fo-

kussiert darauf, die Bedürfnisse der Kunden und Kundinnen zu verstehen und das Angebot entsprechend zu gestalten. Vor allem die Optimierung der digitalen Vertriebskanäle hat sie im Fokus. Ihr Mann hingegen ist für die strategische Ausrichtung, den Vertrieb und die Zusammenarbeit mit den Jagdgesellschaften verantwortlich. Agnes Biolley beschreibt die Zusammenarbeit so: «Wir lernen uns durch das Startup noch besser kennen, wir haben gemeinsame Projekte, wir lernen, mit Konflikten umzugehen, wenn man vielleicht mal anderer Meinung ist.» Kennengelernt haben sich die beiden in Zürich, wo sie in der gleichen Nachbarschaft wohnen, lange bevor sie das Abenteuer Jungunternehmertum starteten.

Das Kapital

Wildfleisch wurde vollständig mit Eigenkapital des Paares finanziert. Das sogenannte Bootstrapping ermöglicht es dem Unternehmen, unabhängig zu agieren und nachhaltig zu wachsen. Obwohl dies zeitweise zu Liquiditätsengpässen führt, wie Agnes Biolley zugibt, wird die Unabhängigkeit von externen Investorinnen geschätzt. Die Offenheit für Gespräche mit potenziellen externen Investoren besteht dennoch, wobei ein potenzieller Investor

idealerweise aus dem Bereich Onlinevertrieb oder Lebensmittelhandel kommen sollte und ein tiefes Verständnis für das Produkt mitbringen sollte. Die Finanzierung aus eigener Kraft ermöglicht es dem Unternehmen inzwischen, das Geschäft nach eigenen Vorstellungen voranzutreiben.

Der Markt

Der Markt für Wildfleisch ist in der Schweiz saisonal geprägt. So wird es vor allem in den Herbstmonaten serviert. Wildfleisch möchte das ändern und Wildfleisch ganzjährig verfügbar und populär machen. Neben dem Onlineshop – als Kerngeschäft des Startups – werden auch Restaurants beliefert und Foodwaste-Kooperationen mit Unternehmen wie Too Good To Go betrieben. «Und dann hat es natürlich noch Mengen von Fleisch, die nicht direkt nachgefragt werden. Die spenden wir regelmässig an Gassenküchen oder an karitative Werke», erklärt Agnes Biolley.

Die Chance

Wildfleisch sieht die Chance, den Markt für Wildfleisch in der Schweiz aufzumischen. Durch die ganzjährige Verfügbarkeit und die Kombination aus Online-



Rafael und Agnes Biolley: Gründerpaar des Startups.

handel und Direktvertrieb kann das Unternehmen ein breites Publikum erreichen. Und eine weitere Idee hat das Gründerpaar: Zukünftig soll das Angebot um Naturerlebnisse und Führungskräftecoachings im Wald erweitert werden. «Vielleicht können wir das auch mal mit dem Geschäft verbinden, Managerweiterbildung in der Natur oder Führungskräfte-seminare mit Naturerlebnis. Also das fände ich noch cool, das zu verbinden», sagt Agnes Biolley. Das Startup profitiert indes auch von der steigenden Nachfrage nach nachhaltigen und regionalen Lebensmitteln.

HANDELSZEITUNG
UPBEAT

Jetzt mit Podcast und Video

Lernen Sie die Schweizer Gründer und Gründerinnen kennen: Die Startup-Serie «upbeat» der «Handelszeitung» liefert wöchentlich Video- und Podcastbeiträge aus der Welt der Jungunternehmen. Unterstützt wird diese Serie von der UBS.

handelszeitung.ch/upbeat