

Startup Kaisu

Energie, Konzentration und Klarheit: Der erste Energydrink der Jungfirma ermöglicht den persönlichen Flow ohne Zucker oder Süsstoff.

Der Kick mit gesunden Drinks

STEFAN MAIR

Die Business-Idee

Getränke, die einem Energie geben und gleichzeitig lecker schmecken, gibt es viele. Auf der Suche nach einer Alternative zu Mate, Kaffee und Energydrinks stiess Niklas Jung, Gründer von Kaisu, auf Grüntee. Das im Grüntee enthaltene Koffein wird über längere Zeit schonend freigesetzt. Gleichzeitig wirkt das L-Theanin im Grüntee beruhigend und verhindert Herzrasen oder den abrupten Koffein-Crash, den viele vom Kaffee kennen. Diese einzigartige Kombination von Stimulierung und gleichzeitiger Beruhigung hilft, in den persönlichen Flow zu kommen. Das Problem: Es fehlen in dieser Sparte Getränke ohne Zucker oder Süsstoff. Bis jetzt. «Da es keinen Energydrink ohne Zucker oder Süsstoffmittel gibt, entschied ich mich kurzerhand, selber ein neues Getränk zu entwickeln», erzählt Niklas Jung. Entstanden ist Kaisu, eine Linie von natürlichen Energydrinks, auf

Grüntee basierend. Kaisu gibt es in den Geschmacksrichtungen Original, Ingwer und Yuzu, jeweils leicht mit Kohlensäure angereichert.

Der Gründer

Niklas Jung hat an der Universität Zürich BWL studiert und ist ein erfahrener Serial Entrepreneur. Während des Studiums gründete er die Erklärvideoagentur Videodesign.ch GmbH mit, die aktuell über dreissig Vollzeitangestellte zählt und renommierte Marken betreut. Als Quereinsteiger in der Getränkeindustrie bezieht Jung die notwendige Expertise bei erfahrenen Getränkeentwicklern, Herstellern und Lieferanten. «Aktuell führe ich alles eigenständig durch und sehe es als Vorteil, unvoreingenommen in Branchen vorzustoßen», führt Jung aus.

Der Markt

Energiespendende Getränke sind nach wie vor ein Megatrend. Allein in Europa belief

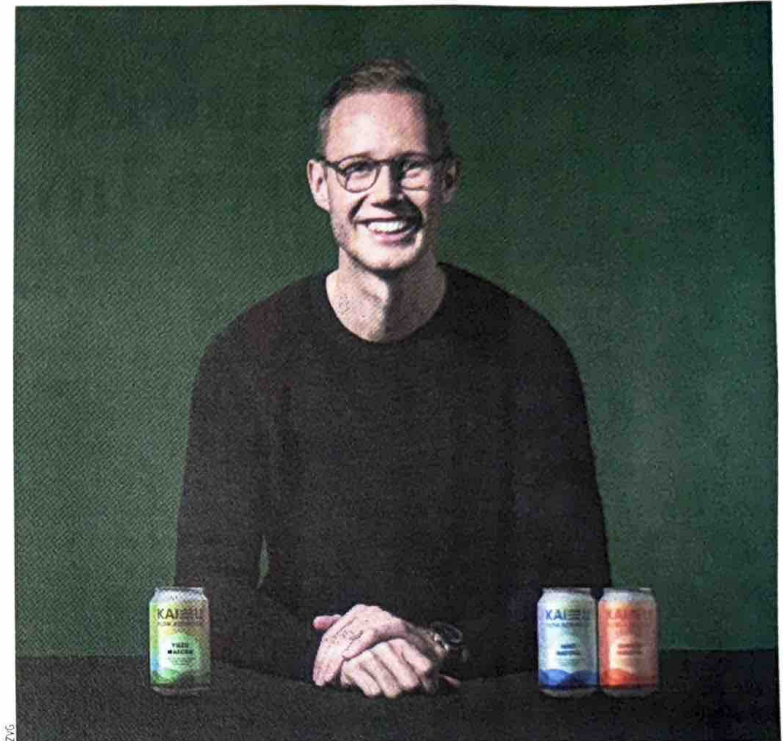
sich der Umsatz im Jahr 2023 auf 27,2 Milliarden Schweizer Franken mit einer prognostizierten jährlichen Wachstumsrate von 4,62 Prozent bis 2028, wie das Marktforschungsinstitut Statista ausführt. Auch im Schweizer Markt erfreuen sich Energydrinks wie Mate-Getränke seit mehreren Jahren grosser Beliebtheit. «Mit unseren rein natürlichen Zutaten ohne Zucker oder Süsstoff positionieren wir uns nachhaltig im Markt und bieten eine echte Alternative», betont Niklas Jung.

Das Kapital

Kaisu beziehungsweise die dazugehörige Haip AG ist zurzeit vollständig eigenfinanziert, was Jung bisher sehr schätzt. «Das Bootstrapping gibt mir die Freiheit, den Produkt-Markt-Fit flexibel zu optimieren», erklärt Jung. Nun möchte er aber wachsen. Entsprechend ist für die bevorstehende Wachstumsphase angedacht, zusätzlich externes Kapital einzusammeln, um eine schnelle Skalierung zu ermöglichen. Erste Gespräche mit interessierten Investoren sind bereits im Gange, es ist noch nichts spruchreif.

Die Chance

Es gibt, wie erwähnt, bislang nach Angaben von Kaisu keinen Energydrink ohne Zucker oder Süsstoff auf dem Markt. Mit der Einführung seines prickelnden Grüntees betritt Kaisu Neuland und bietet ein Produkt mit Wachstumspotenzial. Die gesundheitlichen Vorteile von Grüntee, mit dem marketingtauglichen Versprechen des «Flow States» kombiniert, positionieren Kaisu in einem sich schnell entwickelnden Marktsegment.



Der Startup-Gründer Niklas Jung will mit rein natürlichen Zutaten in gesunden Drinks den Getränkemarkt revolutionieren.

Kaisu verfolgt einen Clean-Label-Ansatz mit rein natürlichen Zutaten. Gemäss Jung besteht die Herausforderung darin, ein Getränk zu entwickeln, das auch ohne Fruchtzucker oder Süsstoffmittel lecker schmeckt. «Unsere Geschmacksknospen sind an Zucker und Süsstoffe gewöhnt» erklärt Jung weiter. «Mit Kaisu wollen wir eine abwechslungsreiche Möglichkeit bieten, die auch Personen zusagt, die sonst keinen Grüntee trinken oder nicht auf eine bewusste, zuckerfreie Ernährung achten» führt Jung aus und zeigt sich überzeugt vom Potenzial des Drinks: «Es ist an der Zeit, Energydrinks die Natürlichkeit zu geben, die sie und wir verdienen.»

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 Podcast-Beiträge aus der Welt der Jungunternehmen. Unterstützt wird diese Serie von der Credit Suisse.

handelszeitung.ch/upbeat