

Im ersten Jahr: Von 2 auf 28 Mitarbeiter. Von 0 auf 10 Tonnen Teig – pro Woche.

Frankfurt, 16.02.2017 – Noch vor einem Jahr verkauften die beiden Lizza Gründer Marc Schlegel (30) und Matthias Kramer (31) ihren Low-Carb Pizzateig aus dem Foodtruck heraus. Heute gehen im Onlineshop hunderte Bestellungen pro Tag ein und in der eigenen Produktion werden über 10 Tonnen Teig pro Woche verarbeitet. Am 19. Februar 2017 feiert der Onlineshop sein einjähriges Bestehen. Die rasante Erfolgsgeschichte des jungen Start-ups ist einzigartig.

Ursprünglich wollten die beiden Ex-Banker ihren Freunden nach dem Bank-Ausstieg eine neu entwickelte App vorstellen. Beim Brainstorming tischten sie einen eigens entwickelten Low-Carb Pizzateig aus Lein- und Chiasamen auf. Für die Freunde war die App bald vergessen – die Frage blieb, woher sie mehr von der Low Carb Pizza (Lizza) bekommen.

Schlegel und Kramer entwickelten den Teig weiter und verkauften fortan auf Märkten und Festivals. Das überwältigende Kundenfeedback bewog die beiden dann zum Aufbau einer eigenen Teigproduktion. Anfangs schafften die Gründer zusammen rund 70 Teige am Tag. Heute macht das ein Mitarbeiter in der Stunde. So produzieren Schlegel und Kramer mit ihrem aktuell 28-köpfigen Team rund **2 Tonnen Teig – pro Tag**. Der frische Lizza Teig besteht aus hochwertigen Bio-Zutaten: Goldleinsamen, Flohsamenschalen, Chia- und Kokosmehl. Ohne Zusatzstoffe, glutenfrei, kohlenhydratarm und vegan.

Über 50.000 Kunden konnte das junge Startup online bereits überzeugen. Und auch offline brummt das Geschäft. Lizza gibt es bundesweit bereits in **über 2.000 Supermärkten**. Im zweiten Quartal 2017 startet darüber hinaus der Verkauf in Österreich und der Schweiz.

Dabei erblickte der Onlineshop erst vor einem Jahr das Licht der Welt. „Einen Frischeteig online anzubieten und per Post zu verschicken, das hat vor uns noch niemand gemacht“, erzählt Schlegel. Bestärkt durch die Erfahrungen im Street Food und getragen von der Begeisterung der Zöliakie- und Low-Carb-Community, wagten sie den Schritt – und haben es bis heute nie bereut. „Es war viel Investment und Engagement, aber als vor genau einem Jahr der Onlineshop live ging und nach wenigen Minuten bereits die erste Bestellung rein kam, da wussten wir: Das ist es“, fasst Kramer zusammen.

Durch ihren Auftritt bei der Gründershow „Die Höhle des Löwen“ im vergangenen Jahr wurde das Start-up deutschlandweit bekannt. Die Nachfrage nach dem gesunden Teig, der ein Vielfaches an Ballaststoffen und Eiweiß und nur einen Bruchteil an Kohlenhydraten und Kalorien im Vergleich zu normalem Pizzateig bietet, ist hoch.

„Als Angestellter bei der Deutschen Bank haben wir immer davon geträumt, etwas Anfassbares herzustellen“, erinnert sich Schlegel. „Und jetzt wird Lizza täglich tausendfach produziert. Das ist ein wahrer Gründertraum“, sagt Schlegel. Und die Reise geht weiter. „Wir probieren ständig neue Rezepturen aus und setzen Ideen um. Unsere Vision für dieses Jahr ist nichts geringeres als eine Revolution im Kühlregal“, verrät Kramer. Die gesunde Pizza ist nur der Anfang. Wir dürfen gespannt sein, was sich die beiden Unternehmer als nächstes einfallen lassen.

Bilder:

- <https://d2b7f0iv5etcr1.cloudfront.net/s/files/1/1059/8410/files/lizza-marc-matthias-8.jpg?v=1473779372>
- <https://d2b7f0iv5etcr1.cloudfront.net/s/files/1/1059/8410/files/lizza-marc-matthias-5.jpg?v=147377986>
- <http://d2b7f0iv5etcr1.cloudfront.net/s/files/1/1059/8410/files/lizza-marc-matthias-6.jpg?v=1473778235>