BWL-Studenten mit Olaf Stehwien (sitzend von links), Julia Brodbeck, Prof. Dr. Jürgen Maretzki und Andreas Kunz

DeutschLand-RIEGEL

Die „süße“ BWL-Analyse

Hand aufs Herz! Gehören Sie nicht auch zu den Menschen, die gern einmal naschen? Doch was wäre, wenn Sie dabei angesichts der Inhaltsstoffe ein ruhigeres Gewissen haben könnten? ‚Geht nicht.', denken Sie! „Geht wohl!“, lautet die Antwort zweier Tangermünder. Sie heißen Andreas und Diana Kunz und haben mit Ernährungswissenschaft beruflich eigentlich gar nichts am Hut, doch in ihrer Freizeit sind die Werbefachleute auf der Suche nach dem ultimativen, gesunden und obendrein noch leckeren Nascherlebnis.

Dieses „Kind“ hat sogar schon einen Namen, nennt sich DeutschLand-Riegel und wurde an dieser Stelle schon einmal vorgestellt. Allerdings steckt der Riegel noch immer in der Probephase. Der Grund: Das Tangermünder Paar hat ein weiteres Unternehmer aus der Kaiserstadt und dessen Unternehmenspartnerin aus München mit ins Boot geholt. Olaf Stehwien, der die bekannte Tangermünder Nährstange produziert, stellte in den vergangenen Monaten nicht nur etliche Probe-DeutschLand-Riegel her, sondern seit mehr als drei Jahren auch Schokolade. Julia Brodbeck aus München, die das Unternehmen ChocQlate mit ihrer Partnerin aufbaute, hat ihn darauf gebracht. Sie entwickelte und vermarktet diese süße Sache, die einst in der Stadt an der Isar, jetzt aber in Tangermünde aus feinsten Rohstoffen zusammengestellt wird.

Dieses umfangreiche praktische und technische Wissen beider Unternehmer wollen Diana und Andreas Kunz auch für sich nutzen. Und dabei noch einen Schritt weiter gehen. Zusammen mit der Hochschule Magdeburg-Stendal loten sie vor der „Markteroberung“ aus, welche Chancen ihr Riegel überhaupt hat. Dass sich BWL-Studenten damit befassen, ist nicht ungewöhnlich. Marketing-Praxis-Seminare gab es in der Vergangenheit auch mit der Colbitzer Heidebrauerei, dem Stendaler Bauernmarkt, der Landbäckerei, dem Theater der Altmark, den Stadtwerken Stendal oder JS Lasertechnik. Prof. Dr. Jürgen Maretzki leitet die Seminare. Andreas Kunz war in den vergangenen Monaten immer wieder zu Gast, wollte wissen, was die Studenten bereits erarbeitet hatten. Im Sommer stellten sie auch im Beisein von Julia Brodbeck und Olaf Stehwien die Ergebnisse ihrer Marktanalyse vor. „Sie ist nicht repräsentativ“, erklärte Prof. Dr. Maretzki. Und doch sollte sie helfen bei der Entwicklung einer Marketingkonzeption.

„Können wir das Wagnis, beziehungsweise Risiko, überhaupt eingehen und diesen Riegel herstellen?“, beschreibt Andreas Kunz die derzeit noch große Frage. Julia Brodbeck sieht das positiv. „Wir haben vieles gemeinsam. Unsere Schokolade und der DeutschLand-Riegel sind innovativ, gesund und nachhaltig. Sie bestehen aus unvermanschten Zutaten“, bringt sie es auf den Punkt. Das besondere am Riegel: Er steckt in einer recycelbaren Folie. „Steckt man den DeutschLand-Riegel mit seiner Pappbanderole und der Folie in die Erde, wächst eine Sonnenblume daraus“, erklärt Olaf Stehwien. Er weiß, dass die Zutaten weder geschnitten noch zerdrückt werden. „Mit der Sonnenblume würde ich werben. Das ist eine tolle Sache“, schlägt Professor Maretzki vor.

Im Juni 2016 haben Olaf Stehwien und Julia Brodbeck das Unternehmen TrustFood gegründet. Darüber werden seitdem nicht nur die Schokoladen-Raffinessen der Münchenerin vertrieben, sondern auch der DeutschLand-Riegel könnte in Zukunft darüber den Weg zum Kunden finden. Stehwien sieht sich mit der Tangermünder

BWL-Studentinnen probieren verschiedene Riegel

Nährstange und den in seinem Unternehmen ebenfalls hergestellten Rolli- und Tanolo-Riegeln als „Anbieter von Nischenprodukten. Und dabei wird es auch bleiben“, gibt er zu verstehen. „Wir halten uns so immer die Möglichkeit offen, individuell auf Kundenwünsche einzugehen.“ Was ChocQlate und DeutschLand-Riegel von den meisten anderen Angeboten in großen Handelsketten unterscheidet, ist die Einzigartigkeit. Sowohl Julia Brodbeck als auch Diana und Andreas Kunz wissen, woher die einzelnen Rohstoffe für ihre Produkte kommen. Selbst die Kakaobohnen, die vor allem die Münchenerin für ihre Schokoladen benötigt, wählt sie selbst aus und ist dafür bis nach Südamerika gereist. Eben diese Schokoladenzutaten sollen auch den DeutschLand-Riegel umhüllen. Und noch etwas wird den Riegel umhüllen: eine Pappbanderole mit Geschichte(n). Wer den Riegel auspackt, sich Zeit nimmt und beim „Enthüllen“ die Verpackung auch einmal von der Innenseite betrachtet, wird darin ständig wechselnde Geschichten, Ideen, Tipps, Hinweise und vieles mehr finden. Sie sollen anregen, das Leben mal aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten, Neues auszuprobieren und sich mehr auf sich und eine gesunde Lebensweise zu konzentrieren. Seien Sie also gespannt, welchen Weg die Idee des DeutschLand-Riegels nehmen wird.

Internet: www.deutschland-riegel.de
E-Mail: info@deutschland-riegel.de
Telefon: (03 93 22) 45 000

The “sweet” BWL analysis

Cross your heart! Do you belong to the people who have a sweet tooth? Try to imagine you could have a quieter conscience with regard to the ingredients? “Not possible”, you think! “It is possible!” is the answer of two people in Tangermünde. Their name is Andreas and Diana Kunz and they have nothing to do with nutrition science in their profession, however, in their leisure time the advertising experts are searching for the ultimate healthy and tasty snacking experience.

This “child” even has a name, is called Germany bar and has already been introduced at this place. However, the bar is still in the trial phase. The reason: the couple from Tangermünde has also taken on board another company from the imperial city and its corporate partner from Munich. Olaf Stehwien, who produces the well-known Tangermünde nutrition bar, not only manufactured quite a few samples of Germany bars in the past months, but also chocolate for more than three years. He took over the idea from Julia Brodbeck from Munich, who built up the company ChocQlate with her partner. She has developed and marketed this sweet candy which was once produced from finest raw materials in the city on the Isar, but now in Tangermünde.

Diana and Andreas Kunz want to use this extensive practical and technical knowledge of both entrepreneurs. And they even want to go a step further. Together with the University Magdeburg-Stendal they try to estimate and value the chances of their bar before conquering the market. It is not unusual that business management students are dealing with this.

“Can we enter this venture and take the risk and produce this bar?”, Andreas Kunz describes the currently still big question. Julia Brodbeck has a positive attitude towards this. “We have a lot of things in common. Our chocolate and the Germany bar are innovative, healthy and sustainable”, she emphasises.