

Eine App gegen Allergene

Anne-Katrin Schade am 17. Februar 2017 | 1 Kommentar

Hier könnt Ihr den Artikel anhören:



Startup-Scanner. Ein Wiener

Unternehmen bietet eine App für Gastronomen an, die allergieauslösende Stoffe in Speisen dokumentiert – und schreibt damit schwarze Zahlen.



Das Gründerteam von Foodnotify: Thomas Primus, Mirza Muharemagic, Christina Primus, Adnan Hanic (von links)

Erdnüsse, Schalentiere, Soja: Was für den einen lecker ist, kann für den anderen zur ernststen Gefahr werden. Denn diese Lebensmittel beinhalten eines der 14 schlimmsten Allergene – einen der häufigsten Auslöser von Allergien und Unverträglichkeiten. Hersteller müssen deshalb nach einer europaweiten Richtlinie auf Verpackungen genau angeben, ob sich diese Allergene darin befinden. Zudem müssen Händler seit drei Jahren auch bei loser Ware über Allergene informieren – beispielsweise bei Backwaren, an der Fleischtheke oder im Restaurant.

ANZEIGE

Gastronomen will das Wiener Startup **Foodnotify** nun mit einer App helfen, Allergene, Nährwerte und Zusatzstoffe bei ihren Rezepten herauszufinden und aufzulisten. Dafür bietet es eine Datenbank mit mehr als 1.000 Rezepten und mehr als 600.000 einzelnen Zutaten an.

Geschäftskunden können sich zudem mit der App Menüs zusammenstellen und die Zutaten bei ihrem Großhändler bestellen. Die Plattform berechnet die Differenz zwischen



Umsatz und den variablen Kosten eines Gerichts. Und sie kann Rezepte in 103 Sprachen übersetzen.

„Wir haben sie systematisch mit weiteren Features ergänzt“, sagt Thomas Primus. Der ehemalige Investmentbanker hat das Unternehmen hinter der App, die CookWanted GmbH, im November 2014 mit seiner Frau Christina Primus und den Bekannten Mirza Muharemagic und Adnan Hanic gegründet.

Heute arbeiten acht Festangestellte dafür, zusätzlich helfen Freelancer aus. Mittlerweile sind sie in Österreich und Deutschland aktiv, im Januar eröffneten sie ein weiteres Büro in Berlin. Fast 7.000 User hätten sich auf der Webseite registriert, so der Gründer, die meisten für einen Testlauf mit fünf Rezepten, der kostenfrei für sie ist.

Wer mehr Rezepte und weitere Features nutzen möchte, muss auf ein Abomodell zurückgreifen, das bis zu 59,90 Euro im Monat kostet. Rund 1.200 Kunden haben sich laut dem CEO dafür entschieden. Außerdem arbeitet das Startup mit Großkunden wie Metro und Rewe zusammen, die ihre Produkte auch über Foodnotify anbieten. Weitere sechs Großhändler würden in Kürze folgen, sagt Gründer Primus: „Die vergangenen drei Jahre waren davon geprägt, sie zur Zusammenarbeit zu bewegen.“

2016 habe das Unternehmen 280.000 Euro Umsatz gemacht, im Jahr davor seien es 80.000 Euro gewesen, sagt Primus. Ohne Fremdkapital sei das Unternehmen aufgezogen worden, es trage sich selbst.

ANZEIGE

An advertisement for the CMC Content-Marketing Event. It features the CMC logo (a red circle with a white asterisk) and the text 'CMC Content-Marketing Event'. A red banner at the bottom says 'Jetzt anmelden!' and the dates '07.-08. März 2017, Messe München' are listed at the bottom.

Europas größtes
Content-Marketing
Event

Jetzt anmelden!

07.-08. März 2017, Messe München

„Bisher wollten wir kein Investment, haben sogar mal ein sechsstelliges abgesagt“, erzählt der CEO. Nun würden sie jedoch für 1 bis 1,5 Millionen Euro einen Geldgeber suchen. Mit dem frischen Kapital will das Startup den deutschen Markt weiter erschließen. Außerdem will es in die Schweiz und nach Italien expandieren.

Das Wachstum dürfte auch helfen, um einen Konkurrenten auf Abstand zu halten: [Bonappetit](#), eine Firma, die ebenfalls in Wien sitzt. Sie hat ein ähnliches Geschäftsmodell wie Foodnotify, allerdings mit einer kleineren Datenbank an Produkten und anderen Abopreisen.

Bild: Foodnotify