

Eine Idee wie aus dem Bilderbuch

Der IT-Berater Stefan Kaczmarek hat Essknete erfunden

Die Geschichte von der Essknete geht so: Die Mädchen Sarah (8 Jahre) und Luisa (5) fragen beim Spielen mit Knete ihren Vater, warum man die Masse eigentlich nicht essen dürfe. Daraufhin stellt sich Stefan Kaczmarek in die Küche und versucht, aus Mehl, Eiern, Zucker und Öl eine essbare Knetmasse zu machen. Das erweist sich als nicht so einfach. Es dauert ein halbes Jahr, bis ein zufriedenstellendes Rezept gefunden ist. Der Teig fühlt sich an wie herkömmliche Knete, kann in rohem Zustand genascht oder gebacken wie Kekse gegessen werden. Angereichert wird die Backmischung mit Wasser und Farbstoff, der Geschmack erinnert an Löffelbiskuit. Das ständige Aufpassen, dass keine Knete in den kleinen Mündern landet, wird überflüssig.

Auf der Kölner Nahrungsmittelmesse Anuga Anfang Oktober hat der 37 Jahre alte Familienvater aus Idstein im Taunus mit der Essknete für allerhand Furore gesorgt. Ein Kamerateam nach dem anderen habe seinen Stand besucht, erzählt er. Mehrere bekannte Nachrichtensendungen berichteten über das Produkt. Die Website brach zeitweise zusammen. An die Hit-Supermärkte hat Kaczmarek die Essknete schon verkauft, mit Rewe steht er in Verhandlungen. Neben der Produktidee sei es vor allem die Entstehungsgeschichte, die die Leute fasziniere, meint der selbstbewusste Berater für Informationstechnik.

Die Geschichte klingt wie aus einem Bilderbuch. Allerdings nur auf den ersten Blick. Wenn man Kaczmareks Berufsweg kennt, kommt das Ganze nicht mehr ganz so unschuldig daher. Er ist ein Vertriebsprofi und mit einem guten Geschäftssinn ausgestattet. Schon mit 18 Jahren kaufte er das Radio- und Fernsehgeschäft, in dem er gerade seine Lehre als Kommunikationselektroniker abgeschlossen hatte. Da seine Eltern ihm das Geld dafür nicht leihen wollten, überzeugte er den Vater seiner Freundin, ihm einen Kredit zu geben. Kaczmarek hatte eine erfolgversprechende Nische ausgemacht. Er spezialisierte sich auf Satellitenantennen: „So was wollten damals alle Flugkapitäne rund um Frankfurt haben, weil sie es aus Amerika kannten.“ Eine Zeitlang brummte das Geschäft. Als ein Ende des Booms absehbar war, verkaufte Kaczmarek den Laden nach zwei Jahren wieder.

Anschließend baute er für den IT-Händler J & W Computer GmbH Niederlassungen in Österreich, der Schweiz, Frankreich und Italien auf, war auch mal ein Jahr in Singapur tätig. Als das Unternehmen nach sieben Jahren verkauft wurde, gründete Kaczmarek mit zwei Kollegen aus der Branche die Internetplattform Elan4 zum Handel mit Computerhardware. Elan4 hielt sich vier Jahre, dann stellten die Venture-Capital-Geber nach dem Crash am Neuen Markt ihre Zahlungen ein. Momentan arbeitet Kaczmarek als freier IT-Berater, sitzt im Aufsichtsrat der IT-Verbundgruppe Syna-

xon und absolviert am Wochenende MBA-Kurse an der Mainzer Universität. Wie er daneben noch Zeit für die Imkerei, das Gleitschirmfliegen und vor allem die Essknete findet, kann er selber nicht so genau erklären.

„Ich hatte zunächst gar nicht die Absicht, die Essknete kommerziell zu verkaufen“, berichtet er von den Anfängen im Herbst 2005. Bei Freunden, im Kindergarten und in der Schule stieß die Erfindung aber auf immer größeres Interesse. Als eine Journalistin vor einem Jahr auf die Essknete aufmerksam wurde und einen Radiobeitrag darüber brachte, erstell-

sen angepasst werden, indem zum Beispiel Trockenei das Frischei ersetzt. Verpackt wird das Pulver bei Rovema in Fernwald. Kurz vor der Anuga Anfang Oktober war die erste Bestellung von 25 Tonnen fertig – das sind 50 000 Packungen.

Annähernd 130 000 Euro hat Kaczmarek zusammen mit einem befreundeten „Business Angel“ bisher in die Essknete investiert. „Ich liege schon manchmal nachts wach im Bett und überlege, ob es so schlaue war, so viel Essknete zu bestellen“, sagt er etwas kokett, denn die Punktlandung auf der Anuga ist geglückt. Monatelang feilte die Familie an der Bewer-



Stefan Kaczmarek

Foto Marcus Kaufhold

te Kaczmarek „wenigstens eine kleine Website“ dazu. Sie wurde in drei Wochen von 10 000 Besuchern angeklickt. Sein geschäftlicher Spürsinn war geweckt: Eigene Marktforschungen in Sachen Spielknete und Backmischungen erbrachten, dass in der Mitte zwischen diesen beiden Produkten „riesig viel Platz“ für die Essknete ist. Auch der Markt erschien ihm ausreichend groß – 12 Millionen Kinder bis 14 Jahre in Deutschland. Und: Bei Google gab es keinen einzigen Treffer zum Wort Essknete. Kaczmarek gründete die 123 Nahrungsmittel GmbH und schlug das Angebot von Dr. Oetker aus, das Patent für 20 000 Euro zu kaufen.

Von da an hatte er die Anuga 2007 fest im Blick. „Es sollte eine Punktlandung werden“, sagt er. Das Design für die Packung entwarfen die Kaczmareks selber. Bald war ein Produzent gefunden, ein Backzutatenhersteller aus Franken. Das Rezept musste industriellen Erfordernis-

sen angepasst werden, indem zum Beispiel Trockenei das Frischei ersetzt. Verpackt wird das Pulver bei Rovema in Fernwald. Kurz vor der Anuga Anfang Oktober war die erste Bestellung von 25 Tonnen fertig – das sind 50 000 Packungen.

Schnell geriet die Familie an ihre Grenzen. Während die Hit-Supermärkte von einem Logistikunternehmen beliefert werden, verschickt Mutter Andrea kleinere Sendungen – zum Beispiel an Spielzeuggeschäfte – von zu Hause aus. Am dritten Messetag waren es schon mehr als 2000 Pakete. „Wir sind nicht mehr in der Lage, das allein zu machen“, erkannte Kaczmarek. Zügig soll ein Partner aus der Industrie oder dem Handel gefunden werden. Aber auch einen Verkauf des Essknete-Patents schließt der Erfinder nicht gänzlich aus. Dann könnte er sich seiner neuen „kühnen Geschäftsidee“ widmen, die ihm beim Marathon-Training eingefallen ist, aber noch geheim gehalten wird.

CHRISTINE SCHARRENBROCH