

Start-up: ›GoFoxBox‹

In jeder STEIL-Ausgabe stellt sich ein Start-up unserer knallharten Jury: Eine Studentin, ein Professor und eine Expertin aus der Wirtschaft beurteilen das Produkt, schätzen den Erfolg ein und geben Tipps zur Verbesserung.



GRÜNDER FERDINAND SCHÖNBURG
gofoxbox.com



3 Worte, die euch beschreiben:

Praktisch, preiswert, umweltfreundlich.

Was genau ist euer Angebot?

›GoFoxBox‹ modernisiert den Umzug. Im Mittelpunkt steht die Original-›FoxBox‹, eine wiederverwendbare Umzugsbox aus recyceltem PP. Sie ist hochbelastbar, stabil stapelbar sowie wetterfest. Das Umzugsgut ist diebstahlsicher, da die ›FoxBox‹ versperrenbar ist. Außerdem schonnt man die Umwelt, da kein Abfall entsteht.

Welches Problem löst ihr? Was ist eure USP?

›GoFoxBox‹ ist das erste österreichische Unternehmen, das wiederverwendbare Umzugsboxen wochenweise vermietet, dem Kunden vor die Wohnungstüre liefert und nach dem Umzug in der neuen Wohnung wieder abholt. Der ›GoFoxBox‹-Kunde zieht so stressfreier um und leistet nebenbei einen erheblichen Beitrag für die Umwelt. Eine Umzugsbox

te aus Karton wird maximal zwei Mal verwendet und verbraucht – sowohl bei der Herstellung als auch beim Recycling – eine große Menge an Ressourcen. Die Original-›FoxBox‹ hingegen wird bis zu 500 Mal wiederverwendet.

Warum sollte ein Investor einsteigen?

Wir sind ein junges und motiviertes Start-up, das sich Nachhaltigkeit zum unternehmerischen Ziel setzt und den Umzug modernisiert. Alleine der Wiener Markt stellt mit 152.000 Umzügen im Jahr ein großes Potential für ›GoFoxBox‹ dar.

An welchem Punkt steht ihr gerade?

Wir befinden uns in der Markteintrittsphase. Unser momentaner Fokus liegt auf der Ausweitung der Markenbekanntheit.

Wo seht ihr euch in fünf Jahren?

In fünf Jahren wollen wir die erste Firma sein, an die man beim Thema ›Umzug‹ denkt.

Was ist euer Geschäftsmodell?

Ein herkömmlicher Umzugskarton kostet im Baumarkt rund 2 Euro. Unsere ›FoxBox‹ kann ab 1,75 Euro pro Woche gemietet werden. Wir bieten verschiedene Produktpakete, sowie gratis Lieferung und Abholung auf gofoxbox.com an.

Wie ist euer Team aufgestellt?

Das ›GoFoxBox‹-Team vereint Spezialisten aus Logistik, Spedition, PR, Marketing und Finanzen. Viele von uns sind auch WU-Absolventen.

Aus welchen Fehlern können wir lernen?

Nicht zu lange mit der eigenen Idee im Verborgenen bleiben! So viel wie möglich kommunizieren und connecten.

i Ferdinand Schönburg nimmt mit ›GoFoxBox‹ am WUerdertalk des WU Gründungszentrums teil.
Wann? 18.4., um 16:30 Uhr
Wo? WU Gründungszentrum

Wo sehen Sie ein Verbesserungspotenzial?

›GoFoxBox‹ zeigt, dass nachhaltiger Umgang mit Ressourcen nicht mit höheren Preisen einhergehen muss. Die Umzugsboxen sind sogar günstiger als herkömmliche Kartons aus dem Baumarkt. Zusätzlich erspart man sich das Abholen und Entsorgen – und leistet einen Beitrag für die Umwelt. Die Message ist wirklich gut, jetzt muss man sie ›nur‹ an den Kunden bringen.

Wie schätzen Sie den Erfolg ein?

Die Idee gefällt mir, sie ist aber nicht wirklich neu. Ein Blick auf Google zeigt, dass beispielsweise in Deutschland bereits mehrere Unternehmen das gleiche Service anbieten. In Österreich gehört ›GoFoxBox‹ jedoch zu den Pionieren – was Vor- und Nachteile mit sich bringt. Ein Markt für Mietboxen muss wohl erst aufgebaut werden, Awareness hierfür geschaffen werden. Bei einer Expansion nach Deutschland wird man sich schließlich der Konkurrenz stellen müssen.

Wo sehen Sie ein Verbesserungspotenzial?

Produkt/Service scheinen mir noch recht stark auf eine Nische ausgerichtet. Das ist als erster Schritt sinnvoll, der nächste sollte bereits jetzt mitgedacht werden. Zum Beispiel werden die Umzüge der meisten Personen durch Speditionen durchgeführt – jedenfalls die der zahlungskräftigeren Menschen. Wie kommt man an den Teil des Marktes?

Wie schätzen Sie den Erfolg ein?

In der Nische gut, die Selbstbeschreibung wirkt sehr unternehmerisch. Der ›Whole Product‹-Ansatz mit der Kombination aus Produkt und Service ist sinnvoll.

Würdest du das Produkt nutzen?

Gelegentlich.

Wo siehst du ein Verbesserungspotenzial?

Das Start-up sollte auf jeden Fall seine Angebotspalette überdenken. Ich denke, ein ganzheitlicheres Umzugskonzept würde einen größeren Anreiz geben, diesen Service zu nutzen. Aus dem Pitch ist nicht ersichtlich, ob Zusatzangebote, wie Schutzmaterialien für Zerbrechliches oder Rollplatten, geplant sind.

Wie schätzt du den Erfolg ein?

Der Erfolg wird sehr stark von der Marketingumsetzung abhängen.

Deine Abschlussbewertung:

Sehr coole Grundidee – besonderes Plus ist die Umweltfreundlichkeit. Bei meinem nächsten Umzugswahnsinn werde ich bestimmt an euch denken!



MAG. STEPHAN KARIGL
Deloitte, Senior Tax Manager
und Spezialist für Hightech-Start-ups des YESTech-Beratungsportfolios von Deloitte.

Deloitte.



UNIV. PROF. DKFM. DR. NIKOLAUS FRANKE
Gründer und Leiter des Institut für
Entrepreneurship und Innovation an der
WU Wien



HANNAH STEINHÖFLER
studiert BWL
im 7. Semester