

# START-UP: RUPRECHTER

Die transparenten Rucksäcke von ›ruprechter‹ sollen Bib-Tage einfacher machen. Wir haben unsere Jury gefragt, ob sie die Idee für erfolgsversprechend hält.



GRÜNDER: KURT RUPPRECHTER



RUCKSACK VON RUPRECHTER

**Beschreibt euch in drei Worten:**  
praktisch, transparent, geschmackvoll

**Was bietet ihr an? Welches Problem löst ihr und was ist eure USP?**

Wir bei ruprechter designen und produzieren transparente Taschen für Studierende. Der Vorteil: Unsere Taschen kann man direkt mit auf die Bibliothek nehmen, man muss sie nicht im Spind abgeben. Die Idee basiert auf dem Taschenverbot, das auf den meisten Bibliotheken vorherrscht. Als WU-Student weiß ich selbst, dass es sehr mühsam ist, all seine Bücher umzuräumen oder freier Hand auf die Bibliothek zu tragen. Oft werden Tragetaschen verteilt, die aber optisch sowie funktionell nicht außergewöhnlich sind. Wir kombinieren Transparenz mit einem neuen, modischen Design und möchten so den Studenten einen möglichst großen Zusatznutzen auf den Universitäten bieten.

**Wer ist eure Zielgruppe?**

Unsere Zielgruppe sind in erster Linie natürlich Studierende. Sie haben ne-

ben dem modischen Aspekt noch die Vorteile, sich auf der Uni Zeit und das Umräumen zu sparen. Zusätzlich haben wir viele modebewusste Kunden, die unsere Taschen ausschließlich wegen des Designs kaufen, was uns natürlich besonders freut.

**Wie ist euer Team aufgestellt?**

Meine Mutter ist Designerin und hat mir beim Entwurf der drei Modelle sehr geholfen. Geplant ist in Zukunft auch noch, weitere Mitarbeiter im Bereich des Marketings aufzunehmen. Bis jetzt mache ich das allerdings alles alleine.

**Warum sollte ein Investor einsteigen?**

Wir füllen eine Marktlücke mit sehr hohem Potential. Fast die Hälfte der österreichischen Universitäten hat ein Taschenverbot auf den Bibliotheken, und das ist europaweit keine Seltenheit. ruprechter ist zurzeit das einzige Unternehmen, welches transparente Taschen in dieser Qualität anbietet.

**An welchem Punkt steht ihr gerade und welche Schritte stehen als Nächstes an?**

ruprechter gibt es seit Anfang 2017, und wir sind mit dem Fortschritt bis jetzt sehr zufrieden. Zu Semesterbeginn ist es bei uns sehr stressig mit dem Verkauf gewesen, und in naher Zukunft stehen viele Shootings, Messen und eine Crowdfunding-Kampagne auf dem Programm.

**Wo seht ihr euch in fünf Jahren?**

Unser Ziel ist es, in den nächsten Jahren europaweit, an allen Universitäten, vertreten zu sein und einfach ein Must-Have für jeden Studierenden zu werden.

[www.ruprechter.com](http://www.ruprechter.com)

## Die Jury

**Wie schätzen Sie den Erfolg ein?**

Das Produktdesign überzeugt ebenso wie die hochqualitative Verarbeitung der Taschen. Der Webaufrtritt ist außerdem ansprechend und übersichtlich gestaltet. Auch der Use-Case, also die Nutzung in Bibliotheken mit Taschenverbot, ist klar erkennbar. Eine Hürde stellt aber der Preis dar, daher wird Marketing besonders wichtig werden. Meiner Einschätzung nach handelt es sich hier um ein Nischenprodukt für eine kleine, aber feine Zielgruppe. Ein Investoren-Case lässt sich nur für Liebhaber darstellen. Der Business-Plan sollte daher auf generisches Wachstum ausgerichtet sein.

**Wo sehen Sie Verbesserungspotenzial?**

Es gibt aktuell nur drei Produkte. Unterschiedliche Ausführungen, beispielsweise mit Farbvariationen, wären für die modebewusste Zielgruppe wünschenswert. Ein weiterer Wermutstropfen ist, dass die at-Domain leider bereits an eine Glasbläserei vergeben ist.



MMAG. BARBARA EDELMANN

TAX PARTNERIN BEI DELOITTE

**Wie schätzen Sie den zukünftigen Erfolg des Start-ups ein?**

Ein typischer Fall von User-Entrepreneurship: Ein User hat ein Problem, löst es für sich selbst und sieht dann das unternehmerische Potenzial – denn andere haben das gleiche Problem. Klar ist auch: Ein Handtaschenhersteller würde niemals auf so eine Idee kommen, er ist zu weit weg vom Problem. User-Entrepreneurship-Gründungen haben daher meist eine besonders klare Kundenorientierung, und das scheint mir bei ruprechter auch der Fall zu sein. Sie sind dabei, sich eine Nische zu erobern. Diese ist durchaus attraktiv – und hat vor allem Wachstumspotenzial. Aus Studierenden werden normalerweise irgendwann auch Arbeitnehmer (oder Gründer) mit einem größeren Budget.

**Wo sehen Sie Verbesserungspotenzial?**

Es ist wichtig, sich zunächst strategisch zu fokussieren, d.h., wirklich die Nische zu erobern. Dazu wird auch ein hohes Tempo nötig sein, denn die Imitation wird vermutlich kommen. ruprechter sollte also schnell wachsen, die Marke entwickeln und mit Skaleneffekten ihre Effizienz steigern. So ist man im Wettbewerb – der kommen wird, wenn ruprechter Erfolg hat – gut gerüstet.



UNIV. PROF. DKF. DR. NIKOLAUS FRANKE

GRÜNDER UND LEITER DES INSTITUT FÜR ENTREPRENEURSHIP UND INNOVATION AN DER WU WIEN

**Würdest du das Produkt nutzen?**

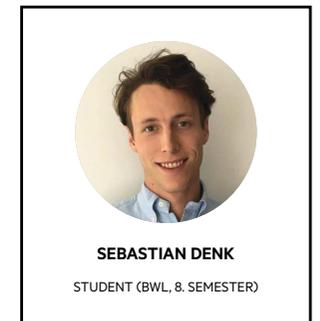
Ja, auf jeden Fall. Mir passiert es öfter, dass ich Dinge, wie Taschenrechner oder Kopfhörer, unten im Spind vergeresse. Mit diesem Rucksack hätte ich immer alles bei mir.

**Wie schätzt du den zukünftigen Erfolg des Start-Ups ein?**

Grundsätzlich sehe ich hohes Potential in dem Produkt, da sich das Taschenverbot in Bibliotheken nicht auf Österreich beschränkt, sondern in zahlreichen anderen europäischen Staaten gilt. Ich könnte mir vorstellen, dass das zeitlos elegante Design auch international Gefallen findet. Dennoch bzw. genau deswegen ist es wohl nur eine Frage der Zeit, bis andere Taschenproduzenten dieses Produkt imitieren. Gezieltes und cleveres Marketing wird in meinen Augen sehr wichtig werden.

**Wo siehst du Verbesserungspotenzial?**

Obwohl Transparenz das entscheidende Merkmal dieses Produktes ist, sehe ich hier Verbesserungspotenzial. Dem Nutzer könnte es möglich gemacht werden, den Inhalt der Tasche mit wenigen Handgriffen vor fremden Blicken zu verbergen.



SEBASTIAN DENK

STUDENT (BWL, 8. SEMESTER)