2 MINUTEN 2 MILLIONEN

Katharina Schneider: „Wir haben schon drei Klagen gegen Amazon gemacht“

21. Februar 2020, 08:00
Jakob Steinschaden

Katharina Schneider. © Gerry Frank/Puls 4

165 TV Kanälen europaweit, 320 Stunden tägliche Sendungen, 300 Mitarbeiter: Vor vielen Jahren ist Katharina Schneider bei Mediashop, einem damals kommerziell wenig erfolgreichen Unternehmen, eingestiegen und hat es zu einer Firma gemacht, die heute als Multichannel-Anbieter in zahlreichen Ländern ihre Produkte vertreibt.
Seit drei Staffeln ist Schneider, die eigentlich Lehrerin hätte werden sollen, als Investoren in der Startup-Show 2 Minuten 2 Millionen mit dabei. Im Interview spricht sie darüber, welches Startup-Engagment bisher das erfolgreichste war, welchen Grundwerten sie in ihrer Arbeit folgt und warum sie Amazon bereits drei Mal verklagt hat.

Trending Topics: Fangen wir mit einem Rückblick auf 2 Minuten 2 Millionen an. Sie sind jetzt in der dritten Staffel dabei. Was waren bisher die Highlights?

Katharina Schneider: In den drei Staffeln waren extrem spannende Produkte dabei. Eines unserer Highlights sind die Neuro-Socks, die werden auf www.Mediashop.tv aktuell mit einem eigenen Werbefilm verkauft. Es kommen in der jetzigen Staffel sicher wieder einige spannende Themen dazu. Aufgenommen bin ich sehr gut worden. Seit zwei Staffeln haben wir wieder zwei neue Mitglieder in der Jury dabei (Martin Rohla und Florian Gschwandtner, Anm.), insofern bin ich nicht mehr die Neueste.

Aber bisher immer noch die einzige Frau in der Männerriege. Macht das für Sie einen Unterschied?
Nein, für mich macht das keinen Unterschied, weil ich es gewohnt bin, dass in dem Umfeld, in dem ich mich bewege, meistens mehr Männer als Frauen sind. Ich habe kein Problem damit, wobei es natürlich immer schön wäre, wenn mehr Frauen dabei sein könnten.

Würden wir uns auch wünschen – schauen wir mal, was die Zukunft bringt. Was ist Ihr Grundansatz, bei der Show dabei zu sein? Geht es um die Verknüpfung mit Mediashop, oder steigen Sie auch mit Cash in Startups ein?
Es ist beides. Grundsätzlich geht es um alles, was für Mediashop interessant ist. Das ist nicht Mediavolumen alleine, sondern zum Teil eben auch Cash-Investment. Für mich ist immer wichtig, dass es nicht nur ein reines Cash-Investment ist, sondern wir wollen bei jedem Investment in Startups auch etwas beitragen, das inhaltlicher Natur ist – sei es Listungen, sei es Produktentwicklung, seien es Media-Kontakte. Also die Kernkompetenz, die wir seit vielen Jahren aufgebaut haben.

Kommen da nur Hardware-Produkte in Frage?
Nein, nicht nur. Hardware ist sicher der Schwerpunkt, aber auch der IoT-Bereich ist ein spannendes Thema, in das wir uns rein bewegen werden. Ich habe auch immer wieder Investments, bei denen mir die Gründer sehr am Herzen liegen. Etwa Soundhorn – das ist so ein wunderschönes Projekt. Das passt jetzt nicht unmittelbar zu Mediashop, aber das ist ein Herzensprojekt von mir, wo ich die Gründerin gerne unterstütze.

Kann man sich wirklich in der kurzen Zeit bei 2 Minuten 2 Millionen für oder gegen ein Investment entscheiden?
Wir wissen vorher nicht, wer in die Show kommt. Man hat in der Pause, wenn umgebaut wird, die Gelegenheit, das eine oder andere mitzubekommen, aber meistens nutzt man die Pausen, um mal was zu trinken oder sich kurz zu entspannen. Letztendlich ist es mein Geschäft. Uns werden immer wieder Produkte, Geschäftsmodelle und Ideen vorgestellt. Da habe ich gelernt, relativ schnell herauszufinden, ob das für uns spannend ist oder nicht. Ich bin grundsätzlich ein Mensch, der sehr schnell im Kopf funktioniert. Langwierige Ausführungen langweilen mich.

Sie entscheiden also nach Bauchgefühl?
Es gibt verschiedene Hard Facts und Soft Facts, und die Summe daraus macht dann die Entscheidung.

Investieren Sie in der Show lieber alleine oder lieber mit Co-Investoren?
Das ist von Fall zu Fall verschieden. Wenn es um ein Produkt oder Unternehmen geht, das für mich absolute Priorität hat, dann will ich alleine investieren und versuche, die anderen auszustechen. Bei manchen Investments machen Co-Investments mehr Sinn, weil wir das Know-how aufteilen können.

Bei den Investments mit Mediavolumen – was bekommt der Gründer dafür?
Da ist immer ein Gesamtpaket. Meistens ist dabei, dass wir die gesamte Produktvorfinanzierung machen, das ist natürlich ein Cash-Investment. Es kann auch sein, dass wir zur Produktentwicklung etwas beitragen. Und dann kommen eben die Vertriebskanäle dazu – das ist eben TV, eCommerce und der stationäre Handel. Internationalisierung geht auch, weil wir in mehreren Ländern vertreten sind – Deutschland, Österreich, Schweiz, Ungarn, Rumänien, Tschechien, Slowakei und Holland. In diesen Ländern haben wir Sendezeiten und eigene POS in den Retailern. Die Produkte, die wir selbst entwickeln, vermarkten wir weltweit. wir sehen uns wirklich aus Multichannel-Anbieter.

Wie sehen Sie Amazon – Partner oder Konkurrenz?
Es ist eigentlich egal, wie ich Amazon sehe. Fakt ist, dass Amazon da ist und es falsch wäre, sich hinzusetzen, die Augen zu verschließen und so zu tun, als wäre es nicht da. Das ist die Grundeinstellung zu Amazon.
Wir haben einen Marktplatz auf Amazon, verkaufen dort also, aber wir haben auch schon drei Klagen gegen Amazon gemacht und einstweilige Verfügungen erwirkt, weil dort viele unserer Produkte als Plagiate verkauft wurden. Wir sind da stark mit dem Handelsverband und der Bundesregierung in Kontakt. Letztendlich geht es um faire Verhältnisse, alle müssen Chancengleichheit haben.
Das Unfaire auf Amazon ist, dass sie einfach Plagiate verkaufen und sagen, dass sie als Plattform nicht dafür verantwortlich sind, was dort verkauft wird. Wenn ich als Mediashop auf meiner Plattform ein Plagiat verkaufe, werde ich dafür verantwortlich gemacht. Ich brauche auch alle Zertifikate und Zulassungen. Amazon bemüht sich inzwischen auch mehr die Plagiate loszuwerden.
Damit Sie einen Einblick haben: Wir haben im Sommer ein Klimagerät verkauft, und haben in der Saison 2.400 Plagiate von einem einzigen Produkt entfernen lassen. Wir haben eine eigene Abteilung, die sich nur um diese Themen kümmert.

Diese drei Klagen sind schon durch?
Ja, die sind durch und haben wir gewonnen, wir haben Einstweilige Verfügungen erwirkt. Amazon durfte die Plagiate nicht verkaufen. Man muss sich nur trauen.

Hat sich das seither gebessert, oder sind Plagiate nach wie vor ein Problem?
Solange es keine rechtliche Veranlassung gegen Amazon gibt wie jetzt in den USA, wird es keine Besserung geben. Es bringt sicher viel, sich auf europäischer Ebene zu einigen und gesetzliche Maßnahmen zu ergreifen.

Nehmen Sie bei Mediashop auch Produkte aus Asien, etwa China auf?
Wir lassen Produkte in den unterschiedlichen Ländern produzieren, und da ist auch Südostasien dabei.

Vermarkten Sie aber auch Produkte von chinesischen Firmen oder Marken? Etwa in den Vorjahren, als der Hype rund um E-Scooter so richtig in Europa ankam?
Nein, wir lassen nur dort produzieren.

Haben Sie als Investorin persönliche Vorbilder?
Im Investment-Bereich nicht. Ich mache diese Investments, wenn ich Mehrwert sehe oder ich einen Menschen fördern will.

Sie sind schon viele Jahre Unternehmerin. Gab es da am Anfang nicht ein Vorbild, das den Anstoß gegeben hat?
Nein. Ich bin wie die Jungfrau zum Kind gekommen, mir ist das einfach passiert. Ich habe mein ganzes Leben geliebt, selbstständig zu arbeiten und selbst Entscheidungen zu treffen. Das Wichtigste, das mich antreibt: ich bin ein Mensch, der extrem gerne etwas schafft, etwas kreiert, etwas aufbaut. Aus dem heraus ist die Selbstständigkeit und das Unternehmertum gewachsen.
Ursprünglich war für mich geplant, dass ich Lehrerin werde. Ich habe, das haben meine Eltern verlangt, auch die Ausbildung dafür abgeschlossen. Als Lehrerin bin ich dann aber nie in die Schule gegangen.

Sehen Sie sich selbst als Vorbild für Jungunternehmer?
Ich glaube schon, dass ich in gewisser Weise eine Vorbildwirkung habe – den Mut zu haben, sich über etwas drüber zu trauen. Ich ermutige sehr viele, vor allem junge Frauen, den Schritt in die Selbstständigkeit zu gehen. Das muss ja kein Millionenkonzern werden, es reicht ja schon, wenn man seine Familie ernähren kann. Selbstständigkeit bietet Freiheit, aber da gehört eben Mut dazu. Da bin ich jemand, der unterstützend wirken kann.

Auf welchen Grundwerten bauen Sie in Ihrer Arbeit auf?
Menschlichkeit, Achtsamkeit – ich habe grundsätzlich die Einstellung, dass unsere Gedanken unser gesamtes Leben bestimmen. So, wie wir denken und wie wir sprechen, so beeinflussen wir nicht nur unser eigenes Leben,

sondern das Lebe unseres gesamten Umfeldes. Je wertschätzender, je achtsamer ich mit mir und mit meiner Umwelt umgehe, desto besser.
Das spiegelt sich auch im Unternehmen wider. Das heißt nicht, dass man keine unpopulären Entscheidungen treffen kann und alles eitel Wonne ist. Es müssen Entscheidungen getroffen werden, aber es geht immer um die Art und Weise.