



Microdrink mit Macroerfolg: Klarna x Waterdrop.

Das Wiener Startup Waterdrop wurde 2017 von Martin Murray, Christoph Hermann und Henry Wieser und gegründet. Erst zwei Jahre her – doch in der kurzen Zeit hat das Unternehmen bereits beeindruckende Wellen geschlagen und rasant an Tempo zugelegt.

Mit anfänglich acht Mitarbeitern und 750.000 Euro Umsatz im ersten Jahr trat der Microdrink-Hersteller 2018 bei der TV-Sendung „Die Höhle der Löwen“ auf und sicherte sich ein Investment von einer halben Million Euro.

Nicht verwunderlich, denn das Produkt überzeugt auf den ersten

Pitch: Waterdrop ist ein Microdrink. Bedeutet: Ein komprimierter Würfel aus besten Frucht- und Pflanzenextrakten, der einfachem Leitungswasser exotischen Geschmack verleiht. Ganz ohne Zucker, Konservierungsstoffe oder künstliche Aromen. Dabei spart Waterdrop nicht nur bis zu 97% an Plastik, sondern

reduziert auch den CO₂-Footprint eines Getränks um bis zu 98%, da lediglich die Essenz des Getränks geliefert wird, nicht aber das Wasser.

Aber zurück zur Unternehmensgeschichte: Sofort nach der Ausstrahlung der TV-Sendung gehen bei Waterdrop mehr als 30.000 Erstbestellungen ein. Der Eintritt in den

Klarna.

101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118
126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143



„Unsere Kunden sind von uns nur die höchste Qualität gewohnt und erwarten diese folgerichtig auch bei jedem Schritt: Angefangen bei unserem Kernprodukt, über den Kundenservice und den reibungslosen Versand bis hin zur Zahlung. Klar, dass wir diesen Erwartungen gerecht werden wollen und mit Klarna auf die Besten setzen.“

deutschen Markt gelingt reibungslos. Im Jahr 2018 verzeichnet Waterdrop einen Jahresumsatz von rund fünf Millionen Euro, der sich im darauffolgenden Jahr auf 20 Millionen Euro vervierfacht. Es folgt eine Partnerschaft mit REWE. Founder Martin Murray dazu: „Wir setzen voll auf die Verbindung zwischen Online und Offline und werden dies auch weiterhin stark ausbauen.“

Die Herausforderung

Derart rasantes Unternehmenswachstum bringt selbstverständlich auch Herausforderungen mit sich: Wer schnell wächst, muss prompte Entscheidungen treffen, agil reagieren, sich aber vor allem auch im Delegieren und Outsourcing üben. Denn ab einer bestimmten Unternehmensgröße bieten sich Kooperationen mit kompetenten Partnern nicht nur an, sondern werden unerlässlich. Zeit, weitere Experten

heranzuziehen!

Das Team von Waterdrop wandte sich an Shopify und Klarna, um eine Weiterentwicklung in den Themenfeldern Usability und der Integration von Drittparteien-Apps anzustoßen. Co-Gründer Henry Wieser betont dabei den Vertrauensbonus, den Klarna als kompetente Payment Brand bei potenziellen Kunden genießt und die exzellenten, sowie simplen Anwendungsmöglichkeiten der Klarna-Plattform im Bereich des Kundenservices.

Erfolgreiche Zusammenarbeit

Wieser sieht den Erfolg der Zusammenarbeit unter anderem in den Überschneidungen der Zielgruppen von Klarna und Waterdrop begründet: „Beide Unternehmen wollen Menschen erreichen, die ganz bewusst darüber nachdenken, wie sie konsumieren und wie sie leben – frei

Klarna.



und unbestimmt. Dazu kommt, dass unsere Kunden von uns nur die höchste Qualität gewohnt sind und diese folgerichtig auch bei jedem Schritt erwarten: Angefangen bei unserem Kernprodukt, über den Kundenservice und den reibungslosen Versand bis hin zur Zahlung. Klar, dass wir diesen Erwartungen gerecht werden wollen und mit Klarna auf die Besten setzen – sowohl in der täglichen Zusammenarbeit, als auch, was das wirtschaftliche Modell betrifft.“ Auch über Klarnas Unterstützung während der Produkteinführung findet Henry Wieser lobende Worte: “Schnelle Erreichbarkeit, gut strukturierte Onboarding-Prozesse und sogar ein eigens auf Waterdrop zugeschnittenes Training.“

Spürbarer Conversionanstieg

Nach erfolgreicher Implementierung von Klarna in die Waterdrop-Unternehmensstruktur sind erste Ergebnisse sichtbar; allen voran die Erschließung einer völlig neuen Käufergruppe: die der Rechnungskäufer. Alleine damit konnte Waterdrop einen spürbares Wachstum der Conversion verzeichnen und punktuell auch höhere Warenkörbe erzielen.



Kurzprofil Henry Wieser, Co-Founder, CCO

Henry Wieser, Waterdrop Co-Founder und CCO, wurde im schottischen Glasgow geboren und ist im österreichischen Salzburg aufgewachsen. Nach dem Studium der IBWL in Wien sowie Auslandsstudien in Südkorea und China verschlug es Wieser nach London zu einem MSc.-Geschichtsstudium an die LSE. Nach einer kurzen Station im Private Equity Bereich bei Morgan Stanley heuerte Wieser bei der Boston Consulting Group an. Diesen Job kündigte er 2017, um mit seinem Bruder und seinem Freund Christoph Hermann Waterdrop zu gründen. Wieser beschreibt das gemeinsame Unternehmen mit folgenden Worten: “Unsere Idee ist simpel, aber groß. Wir möchten den Getränkemarkt nachhaltig verändern und Menschen dabei helfen, wieder mehr Wasser anstatt abgefüllte Getränke in Plastikflaschen zu trinken.“



„In den USA ist Klarna ein ebenso wichtiger Player in der Landschaft der Payment Brands. Deshalb hoffen wir natürlich, dass die Kunden dort genau so positiv reagieren werden wie hier in Europa.“



Das Waterdrop-Team zeigt sich überrascht, wie viele ihrer bestehenden Kunden bereits Klarna-Kunden waren und sich über die nahtlose Implementierung sehr freuen. Auf die Frage, ob er Klarna anderen Händlern und Unternehmen empfehlen würde, antwortet Henry Wieser mit einem klaren Ja, „[...] vor allem wegen der UX und Bedienbarkeit als Merchant.“ Auch für den für 2020 geplanten Markteintritt von Waterdrop in den USA betrachtet er Klarna als wichtigen Partner: „In den USA ist Klarna ein ebenso wichtiger Player in der Landschaft der Payment Brands. Deshalb hoffen wir natürlich, dass die Kunden dort genau so positiv reagieren werden wie hier in Europa.“ An der Marke Klarna schätzt Wieser ihre Unkonventionalität, die dazugehörige große Portion unternehmerischen Denkens, Innovation und den Mut, Neues auszuprobieren und alle Segel Richtung Wachstum zu setzen.

Klarna.