

Ein Millioneninvestment: Wasser, das nach Cola schmeckt

Die Idee der 26-jährigen Lena Jüngst ist genial. Eine Trinkflasche mit Dufteinsatz gaukelt dem Gaumen echten Geschmack vor. Ihr Getränke-Startup Air Up sicherte sich bereits 20 Millionen Euro an Investorengeldern. Beim Schweizer Markenkongress am 17. August wird sie in Zürich zu Gast sein.

Zürich/München - Die Idee entstand im Studium. Lena Jüngst entwickelte das Konzept für die Trinkflasche in ihrer Bachelor-Arbeit. Die Duft-Kapsel macht dem Gaumen vor, Cola oder etwa Kirschlimo zu trinken. Ganz ohne künstliche Aromen, Zucker oder Kalorien. Dabei trinkt man Wasser – der Neurowissenschaft sei Dank. Und was Nespresso kann, das kann Wasser auch: Die Aromakapseln sind einzeln oder im Abo erhältlich. Die Geschäftsidee brachte ihr bereits satte Investorengelder ein.

Frank Thelen und Ralf Dümmel etwa stiegen bereits bei der Gründung 2018, in der ersten Finanzierungsrunde, ein. Der amerikanische Pepsi-Konzern beteiligt sich mit 18 Millionen Euro. Insgesamt beläuft sich das Investitionsvolumen mittlerweile auf über 20 Millionen Euro.

Das Münchner Startup beschäftigt nach eigenen Angaben über 100 Mitarbeiter. Mittlerweile gibt es die Flaschen von Air Up bereits in fünf Ländern zu kaufen. Beim Schweizer Markenkongress wird die Gründerin Lena Jüngst über das innovative Trinksystem, den Erfolgskurs und weitere spannende Hintergründe sprechen.

Über den Schweizer Markenkongress

Wie Markenführung in turbulenten Zeiten funktioniert, das ist Thema beim Schweizer Markenkongress. Der grösste Branchentreff der Schweiz wird am 17. August im Dolder Grand Hotel in Zürich stattfinden. 30 Speaker von Top-Marken geben spannende Insights. Informationen unter: <https://www.marken-kongress.ch/>

Rückfragehinweis für Medien:

ESB Marketing Netzwerk AG | Brunneggstr. 9, Postfach 519 | CH-9001 St. Gallen
Tel. +43 676 83521617 | griessenboeck@esb-online.com