

Bild: Saskia von Moos (intelligentfood Schweiz AG)

Interview mit

Saskia von Moos,
Co-Gründerin von El Tony Mate

Erfolgreiche Titelverteidigung – El Tony Mate gewinnt erneut den Promarca Brand of the Year

Zum 10-jährigen Jubiläum des Promarca Brand of the Year gelingt dem Unternehmen intelligentfood aus Luzern ein Novum, in Folge gewinnen sie mit El Tony Mate den beliebten Award zum zweiten Mal!

Wir haben Saskia von Moos, Co-Gründerin von El Tony Mate, nach dem Geheimnis ihres Doppelgewinns gefragt.

Herzlichen Glückwunsch zur erneuten Auszeichnung mit dem Promarca Brand of the Year! Als Co-Gründerin von El Tony Mate haben Sie zweifellos eine bemerkenswerte Reise hinter sich. Was hat Sie dazu inspiriert, dieses einzigartige Getränk zu kreieren, und wie war der Weg von der Idee bis zum erfolgreichen Produkt?

Die Vision war von Beginn an, die Funktionalität von klassischen Energy Drinks direkt aus der Natur zu ho-

len und so den Konsument*innen ein modernes bzw. zeitgerechtes Getränk zu bieten. Nach einem ersten Versuch mit Gerstenmalz und vielen Lernchancen inkl. einer steilen Lernkurve, fand der Wechsel zu Mate statt. Wichtig dabei ist die Qualität des Mate, einer guten Rezeptur und einer starken Marke. Diese drei Dinge spielen Hand in Hand und bedingen sich gegenseitig.

„Wichtig ist die Qualität des Mate, eine gute Rezeptur und eine starke Marke.“

Sie haben einen regelrechten Hype um El Tony Mate ausgelöst und damit eine neue Kategorie von Energy Drinks geschaffen. Welche Herausforderungen mussten Sie auf dem Weg zum

Marktführer überwinden und was haben Sie daraus gelernt?

Wir haben nichts ausgelassen. Wie bei fast jeder klassischen Start-Up Geschichte war von allem etwas dabei: von «kein Budget» über «überhaupt nicht verstanden werden» bis zum «richtigen Team» finden. Herausforderungen gab es mehr als genug. Doch mit dem Vertrauen in die eigene Vision und Erfahrung, gekoppelt mit einer professionellen Herangehensweise, konnten wir diese Herausforderungen gut meistern. Im Leben ist es wichtig, authentisch zu sein und seinem eigenen inneren Antrieb zu folgen, auch wenn dieser als ungewöhnlich oder anders wahrgenommen wird. Diese Einstellung hat uns auch im Aufbau geholfen und wird täglich gelebt.

„Im Leben ist es wichtig, authentisch zu sein und seinem eigenen inneren Antrieb zu folgen.“

Die Marke El Tony Mate ist zu einem Symbol für natürliche und gesunde Energie geworden. Wie wichtig war es für Sie, diese Werte in Ihr Unternehmen und Ihr Produkt zu integrieren, und wie haben Sie dies umgesetzt?

Natürlichkeit war die Basis und der Ausgangspunkt bei der Entwicklung des Produktes bzw. Konzeptes. Mittlerweile ist dieses Attribut eine Selbstverständlichkeit und wir leben noch weitere Werte. Wir möchten Menschen dazu befähigen, das Leben in vollen Zügen zu genießen. El Tony Mate ist mehr als nur eine Energiequelle. Es ist ein Katalysator für positive Erfahrungen und endlose Möglichkeiten. Unsere Marke zelebriert die Jugendlichkeit im Geiste: Neugier, Leidenschaft und der Mut zur Entdeckung bestimmen unsere Einstellung zum Leben und zur Innovation.

Die Welt der Getränkeindustrie ist bekanntlich dynamisch und wettbewerbsintensiv. Wie bleiben Sie als Co-Gründerin von El Tony Mate innovativ und relevant, um sich in einem sich ständig verändernden Markt zu behaupten?

Auch wenn es für andere unkonventionell oder anders erscheint, sind wir nicht der Meinung, dass wir ständig innovieren müssen, um relevant zu bleiben. Mit El Tony Mate lieben wir es, Erlebnisse zu schaf-



fen, die Begeisterung auslösen, und streben danach, Vertrauen und sinnvolle, warme Verbindungen mit unserer Community zu fördern. Diese Nahbarkeit und Echtheit leben wir auch selbst – sie wird auch erkannt und geschätzt. Bei den Erlebnissen können und müssen wir uns immer wieder neu erfinden. Das Produkt selbst bleibt aber konstant gleich.

„El Tony Mate ist mehr als nur eine Energiequelle.“

Abschliessend: Was sind Ihre persönlichen Hoffnungen und Ziele für die Zukunft von El Tony Mate?

Ich wünsche mir, dass wir als wachsendes Team gemeinsam unsere Marke weiterhin stark aufladen und festigen können und gleichzeitig unseren einmaligen Spirit beibehalten. Dies ist eine schöne Herausforderung, welcher ich mich mit Freude stelle.