



Serial Entrepreneur Enrico Accettola lancierte seine Trinkflaschen in den 300 besten Fashionstores Italiens.

IZMEE

## NACHHALTIGE TRINKFLASCHEN MADE IN ITALY MIT KULTPOTENZIAL

Der italienische Serial Entrepreneur Enrico Accettola hat ein neues Projekt ins Leben gerufen: Izmee. Das sind Trinkflaschen mit hohem Fashionanspruch. Im Gespräch mit style in progress verrät er, warum er ihnen Kultstatus zutraut.

Text: Janaina Engelmann-Brothänek. Fotos: Izmee

**Herr Accettola, Sie als facettenreicher Unternehmer, Kommunikationsexperte und Serial Entrepreneur müssen uns erzählen, wie man zu einer Idee wie Izmee kommt: eine nachhaltige und praktische Trinkflasche als Fashion-Item.**

Nach 20 Jahren Business sehnt man sich nach etwas richtig Sinnvollem. Nicht dass ich in meiner Laufbahn was vermisst habe, aber es war an der Zeit, etwas zurückzugeben. Ich habe mich gefragt, was und wie, und die Antwort war schnell gefunden. Es gab zwei Möglichkeiten: entweder spenden und/oder zum Umdenken verhelfen. Mein Projekt basiert auf beiden dieser Prinzipien – ich möchte was für die Umwelt tun, die Leute dazu bewegen, Wasser aus ihren eigenen Flaschen zu trinken, und gleichzeitig mit einer gemeinnützigen Organisation kooperie-



ren. Plastik muss weg, doch die Flaschen sollen nicht nur ihren Nutzen erfüllen, sondern auch gut aussehen. Es soll wie das Handy zum alltäglichen Begleiter werden: mit ins Büro, zum Sport und auch daheim. Es wäre toll, wenn Izmee das Fashion-Must-Have made in Italy der nächsten Jahre werden würde, das es nur in High-End-Shops als echtes Accessoire zu kaufen gäbe. Vielleicht steigern wir so bei allen die Green Awareness, auch die des super modebewussten Kunden. Die Umwelt ist schon längst ein Problem unserer Gesellschaft, aber nur mit einem Produkt mit gewissem Appeal zu einem fairen Preis kann man jeden erreichen. Außerdem gehen bei jeder verkauften Flasche eine Spende an CESVI, eine gemeinnützige Organisation, die sich um Menschenrechte kümmert. **Was braucht ein Start-up heutzutage, um erfolgreich zu sein?**

Wenn ich einen Tipp meinen jüngeren Start-up-Kollegen geben darf, ist es, eine klare Mission zu haben und dieser auch treu zu bleiben und sich um die richtigen Botschafter zu kümmern. Über unsere Mission habe ich ja in der vorigen Antwort gesprochen. Was die Partner angeht, war im Fall von Izmee von vornherein klar, dass wir auf die Exklusivität der Retailer setzen und ihnen auch mit der Einführung des Produktes stark helfen möchten. Wir haben uns bewusst nur an die besten High-End-Shops in Italien

gewandt und diese 300 Läden gingen Mitte Juni mit unseren Flaschen an den Start. Die Ware war schon lange im Lager, wir haben aber trotzdem mit dem Onlineverkauf gewartet, weil es uns wichtig war, die Händler nicht zu benachteiligen. Des Weiteren gibt es Modelle, die nur im Laden verkauft werden. Der Kunde kann sie zwar im Internet finden, aber nicht online kaufen. Auf das Produkt kann man klicken, seine Stadt angeben und es erscheinen dann die Händler, die das Modell führen.

**Wie sehen Ihre Projekte in der D-A-CH-Region aus?**

Auch im Ausland fangen wir erst jetzt an und sind sehr froh, Patrick Coppolecchia Reinartz an Bord zu haben. Er hat sich in das Produkt vertieft, sich verliebt und seitdem nie aufgehört, positive Inputs zu unserer Produkteinführung in diesen für uns so wichtigen Markt zu geben. Wir werden auch in Deutschland das High-End-Segment anpeilen und sind ganz stolz, dass ein Händler wie Lodenfrey schon seine erste Order gemacht hat. Wir werden sicherlich auch mit relevanten Influencern in Deutschland zusammenarbeiten und sind sehr zuversichtlich, dass unser Konzept des „Drink à porter“ auch dort Fuß fassen wird. Der deutsche Kunde hat schon immer Wert auf Umwelt und Made in Italy gelegt. Und das ist Izmee: nachhaltig, praktisch, schön und das Design made in Italy. 🇮🇹

Es gibt zwei Izmee-Versionen, **IZ ON** und **IZ OFF**. Die ON ist aus lebensmittelechtem 304-Edelstahl und hat das innovative Q3-System, das aus zwei Stahlwänden und einer Kupferschicht besteht und die Flüssigkeiten im Inneren zwölf Stunden heiß bzw. 24 Stunden kalt hält. ON ist in drei Größen erhältlich: 810, 510 und 310 Milliliter. OFF ist auch aus lebensmittelechtem 304-Edelstahl und überzeugt durch ihre extreme Leichtigkeit: nur 126 Gramm. Auch OFF gibt es in drei Größen: 500, 550 und 860 Milliliter.

Alle Flaschen sind BPA-frei und haben neben dem Stahlverschluss auch einen besonderen Boden: rutschfest, mit Spiegeleffekt, personalisierbar (z. B. kann man seinen Namen eingravieren) und geräuschlos (man hört beim Abstellen das unangenehme klirren nicht). Die Flaschen gibt es in ca. 100 unterschiedlichen Motiv- und Farbvarianten.