



„2 Minuten 2 Millionen Food-Startup „Die Teigtasche“ setzt auf Digitalagentur „The Guardians of Social Media“

13.12.2021 | Kunde: The Guardians of Social Media | Ressort: Österreich / Marketing / Social Media | Presseaussendung

Mit ihrem Food-Startup „Die Teigtasche“ holten sich Jakob Strzalkowski und Evi Schirmer nicht nur eine Investmentzusage von 50.000 Euro von Alexander Schütz bei „2 Minuten 2 Millionen“ auf PULS 4, auch bei der Online-Vermarktung werden die Gründer von einem starken Partner unterstützt. Sämtliche Kanäle -von Social Media bis zum Online-Shop -legte das Wiener Paar in die Hände der Digitalagentur „The Guardians of Social Media“. Und das mit durchschlagendem Erfolg. Innerhalb von wenigen Tagen übertrafen die Bestellungen der frisch gelieferten und ohne Konservierungsmittel und Farbstoffe hergestellten Schmankerln sämtliche Erwartungen.

Honorarfreies Fotomaterial, Copyright siehe Dateinamen, finden Sie in unserer **Mediendatenbank**

Wien, 13. November 2021. Frisch (legale) Teigtaschen für jeden Gusto und frei von künstlichen Zusatzstoffen ist die Geschäftsidee hinter „Die Teigtasche“ des Wiener Prozessingenieurs **Jakob Strzalkowski**. Kurzerhand nützte der 38-jährige die Pierogi-Rezeptsammlung seiner polnischen Großmutter und entwickelte ein breit gestreutes Sortiment an Teigtaschen zum Fertigmachen, die ganz ohne Konservierungsmittel, Farbstoffe und Geschmacksverstärker auskommen. Dieses Konzept für bodenständige, aber bewusste Ernährung überzeugte auch den bekannten Investor **Alexander Schütz** bei „2 Minuten 2 Millionen“ auf PULS 4, der Strzalkowski und seiner Lebensgefährtin **Evi Schirmer** 50.000 Euro für 15% der Firmenanteile zusicherte. Um die mediale Präsenz nach dem gelungenen Auftritt optimal zu unterstützen, holte sich Jakob Strzalkowski die Onlineprofis von „The Guardians of Social Media“ von **Marc und Philipp Simoner** ins Boot.

Teigtaschen-Hype im Netz

Neben Le Burger, Auhof Center, Weingut Müller und GO! Das Motormagazin ist „Die Teigtasche“ eine weitere Marke aus Österreich, die der Expertise der Wiener Digitalagentur vertraut. „Wir sind stolz, dass Jakob und Evi den gesamten Online-Auftritt in unsere Hände gelegt haben. Sämtliche Kommunikationskanäle werden von uns mit frischem Content -vom simplen Posting über Stories bis hin zu aufwändigen Videoproduktionen -bespielt. Auch der Onlineshop inkl. Performancemarketing wurde von uns umgesetzt“, so Simoner. Strzalkowski streut dem Social Media-Team Rosen. „Dem Traum, den Geschmack meiner Kindheit nach Österreich zu bringen, bin ich mit den Guardians einen großen Schritt nähergekommen. Ab sofort gibt es auf www.dieteigtasche.at je nach Saison insgesamt mehr als 20 innovative Sorten von glutenfreien oder klassischen mit Weizenteig, auf Wunsch pikant oder süß, vegan, laktosefrei, oder fruktosearm“, erklärt Strzalkowski.

Dass die junge Firma mit den Guardians auf das richtige Pferd gesetzt hat, beweisen die Umsatzzahlen. Gleich in der ersten Woche stieg der Umsatz in den fünfstelligen Bereich.

Über die "The Guardians of Social Media"

Gegründet von Marco und Philipp Simoner im Juni 2020, betreut die Digitalagentur 70 Kunden in Österreich und beschäftigt 25 Mitarbeiter. Die Agentur entwickelt Strategien für Social Media, um Aufmerksamkeit zu generieren und Kunden zu binden. Das Portfolio umfasst Social Media und Performance Marketing sowie Social Media Recruiting und Social Media Management.