

Mit Innovationsfreude bei der Sache Firmen im Münchner Süden und Osten kultiv



Den Durchblick bei cooler Kinderkleidung haben sich dank einer spontanen Geschäftsidee Sebastian Schmöger, Lisa Wesner, Robert Rebbholz und Alexander Reichhuber (von links) verschafft. Für ihren Internet-Handel entwerfen sie die Klamotten-Designs zum Teil auch selber. FOTO: CLAUDIUS SCHUNK

Korrekte Mode für die Kleinen

Drei Jungunternehmer gründen in Obersendling eine Marke für ökologisch und fair hergestellte Kinderkleidung und stellen ein Rücknahmesystem für zu klein gewordenen Sachen auf die Beine

VON DANIELA BODE

Obersendling – Alles beginnt Anfang 2011 um 3 Uhr nachts mit einem Pausengespräch. Sebastian Schmöger spricht am Rande einer Beratung von der Zukunft nachhaltiger Geschäftsmodelle. Alexander Reichhuber erzählt, dass er und seine Frau die Kleidung für ihren kleinen Sohn meist in Skandinavien und Holland kaufen, weil es in Deutschland so wenig coole Kindermode gebe. Jetzt, eineinhalb Jahre und viele Gespräche später, steht ihre eigene Marke und ihr Online-Shop kindsstoff.de in schönster Blüte. Von ihrem Büro und Lager in Obersendling aus vertreiben sie nicht nur bunte, nachhaltig in Deutschland hergestellte Kindermode, sondern wollen die Welt nebenbei ein Stückchen besser machen. Auch, indem sie gebrauchte Teile kostenlos zurücknehmen und die Sachen teils für einen guten Zweck als Spende weiterreichen.

„Wir hatten zu dem Zeitpunkt gar nicht vor, uns selbständig zu machen“, sagt Schmöger, 29 Jahre alt, Erfinder der Marke und wie Reichhuber, 33, Betriebswirt und Ex-Unternehmensberater. Doch die Idee aus dem Pausengespräch, „rundum gute Kinderkleidung zu machen“, hatte sie einfach nicht mehr losgelassen. Irgend-

wann kam Robert Rebbholz, 29, dazu, der ebenfalls Betriebswirt ist und mit Schmöger und Reichhuber bei derselben Beratungsfirma an vielen Projekten zusammen gearbeitet hatte. Rebbholz, der derzeit einen Master of Business Administration in Los Angeles absolviert, kümmert sich um den Aufbau des Geschäfts in den USA. Die Recherchen des Teams ergaben, dass auch dort Potential besteht.

Die bunten Designs stammen zum Teil aus dem eigenen Haus

Die Produktpalette ist noch überschaubar, auch in diesem Punkt denken die Unternehmer nachhaltig: Bodys, T-Shirts, Strampler und Mützen in fünf Grundfarben, darunter naturweiß und lila, bis Größe 92 sind im Sortiment. Alles nach den Kriterien des „Global Organic Textile Standard“ hergestellt, also ökologisch und sozial korrekt aus biologisch erzeugten Naturfasern. Die 26 bunten Designs stammen teils von kindsstoff.de selbst, teils von dem Dresdner Künstlerduo Doppeldenk. Sie sollen mehr als bloße Drucke sein. So hat jedes seinen Namen, wie die Eigenkreation „Eddy der Teddy“ oder der Traktor „Tuck-

tuck“. „Wir wollen zeigen, dass grüne Mode auch cool aussehen kann“, sagt Schmöger. Jedes Teil wird von Hand in Deutschland gefertigt. Gestrickt, gefärbt und genäht wird auf der Schwäbischen Alb, bedruckt in Mittelfranken. Es sei Kindermode „made with love in Germany“, sagt der 29-Jährige. Dazu sollen auch die Eltern ihren Beitrag leisten können, indem sie im Blog bei den Namen der Produkte mitbestimmen oder einfach ihr Feedback abgeben können. Der Fokus des Teams ist, „dass all das bezahlbar bleibt“, sagt Rebbholz. Daher sparen sie sich die Handelsmarge und vertreiben die Produkte nur über den Online-Shop. „Unsere Hypothese ist, dass jeder das Beste für sein Kind will. Das wird so möglich“, sagt Schmöger.

Anders als bei anderen Online-Shops für Kinderkleidung endet das Geschäftsmodell von kindsstoff.de nicht beim Verkauf der Ware. Das Team hat weitergedacht und präsentiert eine Lösung, wie die Wäscheberge sinnvoll genutzt werden können, die entstehen, weil Kinder schnell aus ihren Sachen herauswachsen. „Unsere Recherchen ergaben, dass rund 30 Prozent der getragenen Kinderkleider im Hausmüll landen“, sagt Reichhuber. Das Unternehmen nimmt getragene Ware kostenlos zurück und verwertet sie weiter. Sehr abge-

tragene Teile werden geschreddert und etwa zu Dämmmaterial verarbeitet. Von den nahezu neuwertigen Teilen wird jedes dritte an den SOS Kinderdorf e.V. gespendet, die übrigen werden wieder verkauft. Ein Rabatt von bis zu 20 Prozent auf einen Neukauf bietet einen Anreiz für die Kunden, zu klein gewordene Teile zurückzuschicken.

Wie es bis jetzt läuft? „In den ersten paar Wochen haben wir mehrere hundert Kleidungsstücke verkauft“, sagt Reichhuber, zuständig für die Finanzen und das Analytische. Und sie haben so viel Arbeit, dass sie eine Praktikantin als Verstärkung eingestellt haben. Die Gründer sind guter Dinge. „Wir bekommen nur positives Feedback. Keiner hat uns gesagt, das könnte nicht klappen“, sagt Schmöger. Mit „keiner“ meint er die ersten Kunden genauso wie den Kindermode-Produzenten von der Schwäbischen Alb, einer der ersten, dem sie ihre Idee präsentierten. Aber auch ihr Business Angel, ein professioneller Investor, ist von der Geschäftsidee angetan.

Das Trio hat noch einige weitere Ideen. Bald soll es auch Hosen und alle Teile bis zur Größe 122 geben. „Unser Ziel ist jetzt aber erstmal, am Markt bekannt zu werden, die Welt für unsere tollen Produkte zu begeistern und viele Eltern zu gewinnen, die unseren Ansatz unterstützen.“