

# Seedshirt vermarktet T-Shirts an die Crowd

**(SRA) Lagerkosten sind bekanntlich hoch, gelagerte Ware stellt immer ein hohes Risiko dar. Und bedruckte T-Shirts, die sich letztlich als Ladenhüter erweisen und gar nicht verkauft werden, sind ohnehin ein Ärgernis. Mit einer neuen Geschäftsidee ist nun die Shirtigo GmbH online gegangen. Ihr Ziel: Es sollen nur noch T-Shirts in allen möglichen Auflagen produziert werden, die bereits bestellt und bezahlt sind. Kein Lager, kein Risiko, keine Unter- oder Überproduktion, dafür aber eine deutlich höhere Gewinnmarge.**

Unter dem Markennamen „Seedshirt“ startete das Startup-Unternehmen Shirtigo eine E-Commerce-Plattform, auf der kreative Designer und Merchandiser T-Shirt-Kampagnen auf einer eigenen Kampagnenseite einstellen und für End-User zum Verkauf anbieten können. Die Plattform ermöglicht es, Shirts in einem Online-Designer zu gestalten. Das Prinzip im Hintergrund ist vergleichbar mit bekannten Crowdfunding-Plattformen. Auf der Kampagnenseite kann eine „Crowd“ ein Shirt für einen begrenzten Zeitraum vorbestellen. Wenn bis zum Ende der Kampagne ein zuvor vom Kampagnenersteller festgelegtes Verkaufsziel erreicht wird, geht das Shirt in

Produktion. Andernfalls eben nicht. Der Kampagnenersteller erstellt dabei seine eigene Kalkulation: Bei einer kleinen Zielvorgabe ist der Endpreis eines T-Shirts höher. Ein günstigerer Preis kann erzielt werden, wenn das Kampagnenziel höher gesetzt wird. Allerdings besteht dann das Risiko, dass das Ziel möglicherweise nicht erreicht wird und das T-Shirt gar nicht in Produktion geht.

„In den USA haben es dank diesem Geschäftsmodell schon einige Designer zu T-Shirt-Millionären gebracht. Erste realisierte Kampagnen stimmen uns sehr zuversichtlich, dass dieser neuartige Ansatz auch in Deutschland erfolgreich sein kann. Insbesondere, wenn den spezifischen Bedürfnissen des deutschen Konsumenten Beachtung geschenkt wird“, sagt Tim Schneider, der bei der Shirtigo GmbH für das Marketing zuständig ist. Als Beispiele erfolgreich abgeschlossener Kampagnen nennt er die Projekte „Stolze Mamas“ mit 132 Bestellungen, „Bam Larsson“ mit 67 Aufträgen oder „Tattoo Tee“ mit 22 gedruckten T-Shirts. Diese und weitere Beispiele können auf der Webseite von Seedshirts begutachtet werden.

## Operative Abwicklung

Den Druck der Kampagnen wickelt Shirtigo voll-

ständig ab, wobei das Unternehmen derzeit mit drei Druckdienstleistern zusammenarbeitet. Je nach Auflagengrößen und Druckmotiven kommen der Siebdruck oder der Direktdruck mit Kornit-Printern zum Einsatz. Neben der Veredlung kümmert sich Shirtigo auch um die gesamte operative Abwicklung wie Rechnungstellung, Zahlung, Versand sowie Endkundensupport. Schneider: „Der Kampagnenersteller muss sein Shirt ‚nur‘ gestalten, eine Kampagne starten und diese bei seiner Zielgruppe vermarkten.“

## Die Vorteile des Konzepts

„Die Gewinnmarge für den Kampagnenersteller ist deutlich höher als bei klassischen T-Shirt-Shops“, beschreibt Schneider den ausschlaggebenden Vorteil des Crowdfunding-Prinzips. Die Produktionskosten sind durch die Online-Vorbestellungen gedeckt, wodurch Serienpro-

duktionen ohne Vorkosten ermöglicht werden. Schneider: „Für den Kampagnenersteller besteht kein Risiko, da die Shirts nur gedruckt werden, wenn das Verkaufsziel erreicht wurde. Eine Unterbeziehungsweise Überproduktion gibt es nicht.“

Das Konzept von Seedshirt richtet sich nach den Worten von Schneider an Designer, die mit T-Shirts online Geld verdienen möchten, an Künstler, die Merchandising betreiben, an Influencer oder Linkerati, die Communities monetarisieren wollen, oder an Online Marketing-Experten. Zudem wurden auf der Seedshirt-Plattform bereits erfolgreich Sammelbestellungen etwa von Vereinen durchgeführt. Um das Tool zukünftig auch für Spendenprojekte nutzen zu können, arbeitet das Unternehmen bereits an der Entwicklung spezifischer Funktionen.

[www.seedshirt.de](http://www.seedshirt.de)

