

Interview

T-Shirts für den Weltmarkt

Textilien verkaufen per Internet: Das ist die Grundidee der vielfach ausgezeichneten Firma Spreadshirt, die auch beim diesjährigen Gründerpreis zu den Nominierten gehörte. Der blickpunkt sprach mit Firmengründer Lukasz Gadowski über den Erfolg und das Geschäftsmodell des jungen Unternehmens.

blickpunkt: Herr Gadowski, was unterscheidet Spreadshirt von anderen Textilianbietern im Internet?

Gadowski: Bei Spreadshirt kann jeder individuell bedruckte Textilien online bestellen, jedes Produkt ist eine Einzelanfertigung. Die Lieferung erfolgt sehr schnell. Darüber hinaus kann man mit Spreadshirt eine eigene Kollektion zum Verkauf anbieten, übrigens ohne Kosten. Bisher haben wir über 80.000 solcher Shop-Partner.

blickpunkt: Das heißt, jeder Webseiten-Betreiber kann mit Hilfe von Spreadshirt einen eigenen Online-Shop einrichten?



Foto: Spreadshirt

Die Shop-Partner von Spreadshirt können für die Textilien eigene Grafiken und Logos entwickeln und sie so zu individuellen Einzelstücken machen.

Gadowski: Ja. Und das Ganze geht unkompliziert über das Internet. Man braucht lediglich einen Internetzugang sowie eigene Grafiken und Logos.

Spreadshirt übernimmt von der Lagerhaltung über Produktion, Versand, Zahlungsabwicklung bis zum Kundenservice alle notwendigen Funktionen. So kann jeder Webseiten-Betreiber individuelle Merchandisingprodukte über einen eigenen „Spreadshop“ online vertreiben.

blickpunkt: Wer sind Ihre Kunden?

Gadowski: Häufig Privatpersonen, aber auch viele Unternehmen, Vereine oder Künstler. Zum Beispiel gehört die Hilfsorganisation „Ärzte ohne Grenzen“ zu unseren Kunden. Pro verkauftem T-Shirt gehen vier Euro an aktuelle Projekte der Organisation. Auch der Fußball-Bundesligist Borussia Dortmund und das Jugendmagazin Bravo gehören zu unseren Shop-Partnern.

blickpunkt: Wie erfolgreich ist Spreadshirt?

Gadowski: Wir haben 2002 ohne Startkapital angefangen, haben jetzt über 80 Mitarbeiter und arbeiten profitabel. Spreadshirt wächst weiterhin sehr schnell. Seit Anfang dieses Jahres sind wir außerdem mit einer Tochterfirma auf dem amerikanischen Markt präsent.

blickpunkt: Was macht den Erfolg aus?

Gadowski: Der Kundennutzen unseres Angebots ist sehr hoch. Bei uns hat man sein Wunschshirt schon nach zwei bis drei Tagen in den Händen und das bei hoher Druckqualität. Ein entscheidender

Foto: Spreadshirt



Firmengründer Lukasz Gadowski

Erfolgsfaktor sind die Spreadshops. Hier trifft der Kunde alle kreativen Entscheidungen, wird aber nicht mit Produktion, Versand und Kundenservice belastet.

blickpunkt: Wie verläuft die Zusammenarbeit mit der Sparkasse Leipzig?

Gadowski: Sehr gut! Beispielsweise arbeiten wir mit der Sparkasse beim Zahlungsverkehr zusammen, was für E-Commerce-Unternehmen ein sehr wichtiges Feld ist. Zudem hält die Sparkasse Leipzig über ihre Unternehmensbeteiligungs-Gesellschaft S-UBG eine stille Beteiligung an Spreadshirt. Für neue Finanzierungsvorhaben ist die Sparkasse immer sehr offen und wir wissen, dass wir da stets kompetente Ansprechpartner haben, die uns kennen. Zudem erhalten wir viel nützliche Beratung, insbesondere wenn es um Marktfragen geht.

blickpunkt: Bei der Gründerpreisverleihung haben Sie Kontakt mit Trigma-Chef Wolfgang Grupp geknüpft. Hat sich da schon etwas ergeben?

Gadowski: Wir arbeiten derzeit an einer eventuellen Aufnahme von Trigma-Produkten in unser Sortiment. Einen genauen Zeitplan gibt es aber noch nicht. Bei der Gründerpreisverleihung in Berlin haben sich aber auch noch andere wertvolle Kontakte ergeben, die wir derzeit weiterverfolgen.

rr