

Geschäftspartnern punkten“, sagt Koch.

Auf Geschäftsreisen ist leichtes Gepäck von Vorteil. Deshalb sollten in den Koffer möglichst wenige Kleidungsstücke gepackt werden, die sich aber vielseitig miteinander kombinieren lassen. Natürlich dürfen wichtige Dinge wie der Laptop, die eigentliche Aktentasche und die wichtigen Dokumente und Unterlagen nicht fehlen.

Ein sicheres und geordnetes Verstauen ermöglicht der XXL Pilotenkoffer, der aufgrund seiner Trolleyfunktion leicht zu transportieren ist. Auf diese Weise lassen sich Geschäftsreisen wesentlich komfortabler gestalten. „Derzeit die absoluten Renner bei uns sind Vier-Rollen-Koffer, coole Notebooktaschen in Vintage-Optik oder Umhängetaschen für Männer in Braun“, sagt Jens Koch.

Sinnvoll sei ein guter, stabiler Trolley mit Möglichkeit zum knitterfreien Verpacken von Anzug, Hemden oder Kostüm und Blusen. Ein weiterer Punkt, den der Geschäftsreisende beachten müsse, seien die mitunter sperrigen Bestimmungen der Fluggesellschaften. „Bei Gepäck muss man im Vorfeld unbedingt auf die Vorschriften der Fluggesellschaften achten. Insbesondere bei Bordgepäck gibt es klare Obergrenzen. Jeder Zentimeter mehr oder jedes Gramm mehr lassen sich die Fluggesellschaften teuer bezahlen“, sagt Koch und empfiehlt beispielsweise leichte Koffer aus Polycarbonat für die Reise.



Foto: Fotolia

Start-up!

Texte: Kathrin Marie Arlt

Ideen südlich des Mainstreams



Sina Scheunemann und Andreas Warmbein. Foto: oh

Helmstedt Label

Das Wort Heimat hat für Sina Scheunemann und Andreas Warmbein einen ganz besonderen Klang – im positiven Sinn, als schönes Gefühl daheim zu sein, sich zuhause zu fühlen, ein Stück weit verwurzelt. Warum also nicht aus diesem Gefühl heraus eine Geschäftsidee entwickeln? Vorbilder sind vielleicht „I love N.Y.“-T-Shirts oder auch Hamburg- und Berlin-Hoodies. Und jetzt: Helmstedt. Fürwahr eine verwegene Idee. Aber scheinbar eine, auf die gewartet wurde. Denn noch bevor das erste Stück der Helmstedt-Kollektion vorlag, wurden Shirts und Taschen geordert. EINHEIT, GELASSENHEIT, SELTENHEIT ... stolz, aber dezent können Helmstedter und Touristen das Stadtkürzel auf modischen Artikeln tragen.

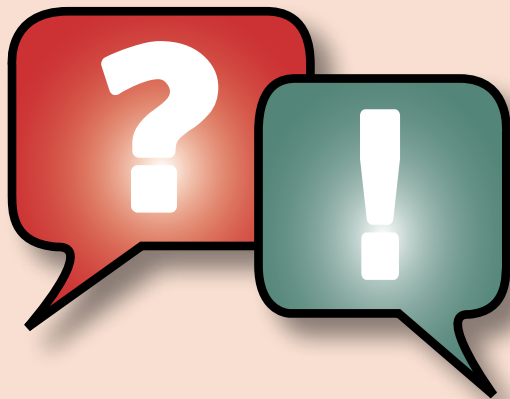
Zusammengerauft haben sich die beiden Werbe- und Marketing-Unternehmer bei dem Gründerwettbewerb „Idee 2011“, zu dem die projekt REGION BRAUNSCHWEIG GMBH gemeinsam mit der wito gmbh und der Wolfsburg AG im Frühjahr geladen hatte. Sina Scheunemann, Inhaberin einer Werbeagentur in Peine, hat ihre sympathische Heimatverbundenheit zuvor mit einer Kollektion für die Fuhsestadt erfolgreich bekundet. Die Idee für Helmstedt war dann dank

Andreas Warmbeins beruflicher Bindung (Warmbein Kommunikation) naheliegender. „Helmstedt ist tatsächlich eine super schöne Stadt“, schwärmt Sina Scheunemann, „das sehe ich als ‚Auswärtige‘ sofort.“ Und mit ihrer Idee, Shirts, Taschen oder Kissen wortreich verschleiert mit „HE“ zu versehen, haben die beiden Jungunternehmer offensichtlich einen Nerv getroffen.

Natürlich spielt der unternehmerische Gedanken eine Rolle. Aber: „Wir möchten eine kleine Imagekampagne starten, mit der wir den Charme von Helmstedt in den Vordergrund stellen, die Heimatverbundenheit stärken und dieser Ausdruck verleihen wollen“, erklärt Warmbein. Tatsächlich könnte die Region profitieren – kleine Städte, deren Einwohner mit dieser anziehenden Idee ihr Selbstbewusstsein zur Schau stellen können. Freundliches Plus: Von jedem verkauften Artikel geht 1 Euro an den Verein Grenzenlos – Wege zum Nachbarn e.V.

Kontakt:
Two-s-label, Sina Scheunemann
Telefon: 05171/7912702
www.two-s-label.de

Warmbein Kommunikation, Andreas Warmbein
Telefon: 05351/5238382
www.warmbein.com



Fragebogen

Wir sind auf die Idee gekommen, als ...

Scheunemann: ... wir uns beim Ideenwettbewerb kennengelernt haben. Die Schlagworte für die Produkte schossen geistesblitzartig während der Autofahrt und unter der Dusche ein.

Warmbein: ... ich die tollen Produkte für Peine in Sinas Ausstellungsraum gesehen habe. Alles andere kam wie von allein.

Die große Stärke dieser Idee ist, ...

Scheunemann: ... dass wir sie zuerst hatten, sie Hand und Fuß hat und jedes Alter anspricht.

Warmbein: ... dass sie so einfach und auf das Wesentliche reduziert ist – und gerade dadurch überzeugt. Zudem hatten wir beim Entwickeln der Produktideen viel Spaß. Mit dieser Begeisterung konnten wir Händler, Vereine und die kommunalen Partner anstecken.

Die größte Hürde war es, ...

Scheunemann: Auf meinem Weg standen keine Hürden ;-)

Warmbein: ... die anfängliche Nachfrage zu bedienen – eine sehr angenehme Hürde. Eine Herausforderung wird es eher, die anfängliche Begeisterung dauerhaft in Nachfrage und nachhaltigen Erfolg umzuwandeln.

Das Startkapital ...

Scheunemann: ... war erschwinglich und hat sich bereits selbst getragen.

Warmbein: Das für das Projekt wichtige Kapital ist eher kreativer als finanzieller Natur. Der Vorteil ist, dass hier keine Zinsen anfallen ...

Einen Monat vor dem „Start“ dachten wir, ...

Scheunemann: ... nicht einmal an das Projekt. Wir hatten nur ca. drei Wochen von der Idee bis zum Start und dachten, es wird ein Erfolg, da die Begeisterung im Vorfeld schon so groß war.

Warmbein: ... dass wir uns eine schöne Sache überlegt haben. Ob die potentiellen Käufer das auch so sehen, konnten wir nur hoffen.

Einen Monat nach dem Start waren wir uns sicher, ...

Scheunemann: ... wir haben den richtigen Impuls zur rechten Zeit gesetzt.

Warmbein: ... dass wir noch weitere kreative Projekte gemeinsam auf die Beine stellen wollen.

In fünf Jahren werden wir ...

Scheunemann: ... einen Souvenir-Shop in Marienborn ins Leben gerufen und weitere Städte mit unseren Ideen begeistert haben.

Warmbein: ... das Image unserer Region verbessert, Projekte mit „Leuchtturmcharakter“ realisiert und Arbeitsplätze im kreativen Bereich geschaffen haben.

Mein Tipp für Gründungswillige:

Scheunemann: Einfach machen!

Warmbein: Man sollte sich intensiv mit seiner Gründungsidee auseinandersetzen, konstruktive Kritik von außen einholen und diese ernst nehmen. Wenn alles passt: Loslegen und nicht unterkriegen lassen!

DER FIAT DUCATO

ab **14.650 €¹**

zzgl. MwSt. und inkl. Überführungskosten

Angebot nur für gewerbliche Kunden.



Abbildung zeigt nicht im Angebot enthaltene Sonderausstattungen.

Ihr Fiat Professional Händler:

DÜRKOP
Die automobile Marke

DÜRKOP GmbH, Braunschweig, Helmstedter Str. 60
Telefon: 0531 703-0, WWW.DUERKOP.DE



PROFESSIONAL