

bewusst zurück, damit ihre Produkte keine Durchschnittsware sind. Ihre spezielle Designidee erklärt Dämmrich wie folgt: „Das Design muss absolut ehrlich sein und das Leben zeigen, wie es ist. Dabei gilt es die kleinen, individuellen und eigentlich nichtigen Probleme der Leute aus der Szene zu erkennen, diese aber nicht wirklich ernst zu nehmen, sondern der Zielgruppe wie einen Spiegel vorzuhalten. Wichtig dabei: Es ist natürlich Kunst zum Anziehen.“

Welches Design ist das richtige?

Natürlich ist die Frage nach dem richtigen Design stark vom persönlichen Geschmack und von der anvisierten Zielgruppe abhängig. Aber es gibt ein paar Grundregeln, die ein Design in allen Szenen und bei allen Zielgruppen zum Erfolg machen.

Das Design sollte klar und einfach sein, damit der Kunde sofort erkennt, worum es sich handelt. Natürlich kann man auch in einfachen und klaren Mustern noch versteckte oder verspielte Elemente unterbringen, diese sollten aber so wenig wie möglich vom Grunddesign ablenken. Stellen Sie sich beispielsweise einen Löwenkopf vor, dessen Mähne tatsächlich aus dem Wort „Leo“ besteht oder dieses beinhaltet. Ein solches Design ist dann besonders gut gelungen, wenn man die Schrift erst auf den zweiten Blick, den Löwenkopf aber sofort erkennt.

Ferner sollte das Design innovativ sein, was aber nicht bedeutet, dass es etwas ganz Neues sein muss. Innovativ ist beispielsweise auch, das Besondere in der Nische zu gestalten, also ein Design zu finden, das zur Zielgruppe passt, aber nicht dem Standard für diese Zielgruppe entspricht.

In jedem Fall aber sollte das Design so einfach gehalten sein, dass es in eine klare und einfache Vektorform gebracht werden kann. Vektorgrafiken lassen sich für den Siebdruck bearbeiten, während dies bei allzu feinen Digitalbildern nicht möglich ist und sich dort nur Transferdrucktechniken (siehe unten) anwenden lassen.

Dämmrich meint dazu: „Ich brauche für ein druckfähiges Design etwa drei Wochen, wobei es dann vielleicht nochmal nachbearbeitet oder geändert werden muss. In jedem Fall folgt aber die Umsetzung in eine Vektorform und die Speicherung als EPS-Datei.“

Wie produziere ich eigene Shirts?

Eine wahrlich unbefriedigende Antwort auf diese Frage wäre, dass der nächste Weg in eine Schreib-

SPRING '08:

„Wir haben unsere Produkte noch nie im eigenen Haus hergestellt. Wir haben Produktionspartner, die unsere Designideen realisieren werden lassen.“ erklärt Oli Sykes von Drop Dead.

© Drop Dead

„Man muss sich entscheiden, für wen man produzieren will, und sicher gehen, dass das Produkt auch zur Zielgruppe passt.“

Erfolgsgeschichte Evoleeq

Im Netz: www.evoleeq.com

Die Evoleeq Art & Clothing GbR wurde im Januar 2008 von Robin Assmus und Cornelius Dämmrich gegründet und teilt sich in das Shirt-Label und eine Grafikdesign-Agentur auf. Aus dem Bedürfnis heraus, eigene und individuelle Shirts zu tragen, entstand eine Geschäftsidee, die bislang zu einer kleinen, aber recht erfolgreichen, Firma geführt hat, die von den beiden angehenden Mediengestaltern neben ihrer Ausbildung und dem Fachabitur betrieben wird.

Zum eigenen Online-Shop kamen die beiden während einer Projektwoche an ihrer Schule. Die Aufgabe war es, für einen fiktiven Kunden eine Webpräsenz zu erstellen. Assmus und Dämmrich nutzten die Gelegenheit für sich selbst aus und gestalteten ihren ersten Shop, der auch heute noch im Netz erreichbar ist.

Das Startkapital bestand aus 400,- Euro, die in 25 T-Shirts bei DDS Deutsche Druckservice, einem Partner von Spreadshirt, investiert wurden. Hinzu kamen noch die Kosten für den Webspace. Nach mehreren Wechslen fanden Sie einen Druckproduzenten, der ihre Shirts zu günstigen Konditionen herstellt und auch spezielle Druckmöglichkeiten bietet. Dieser Produzent sitzt im Nachbarland Polen. In Deutschland ist eine Mindestabnahmemenge von 50 Shirts Standard, wobei die Druckbereiche meistens beschränkt sind und ein Drucken über Nähte hinweg zu aufwändig für kleine Aufträge betrachtet wird. In Polen können Evoleeq auch Einzelshirts nach ihren Wünschen fertigen lassen.

Der Vertrieb erfolgt ausschließlich über das Internet, wobei die beiden Shirt-Produzenten manchmal aber auch einfach einen Rucksack mit Shirts voll packen und versuchen, diese in Clubs an den Mann oder die Frau zu bringen. Promotion wird vor allem mit Flyern und Aufklebern betrieben, wobei die beiden Jungdesigner auch hier ein besonderes Maß an Kreativität an den Tag legen. Beispielsweise drucken Sie Flyer auf 10 x 15 cm großes Fotopapier – mit Digitaldruckmaschinen, wie sie in vielen Drogerien zu finden sind – und verteilen diese anschließend. Evoleeq produziert wie gesagt in erster Linie für Kunden aus der Emo- und Hardcore-Szene, verkauft aber auch an Kundschaft außerhalb dieser Gruppe. Ihren speziellen Stil sehen Assmus und Dämmrich auch als eine Art Corporate Identity. Diese ließe sich ihrer Meinung nach mit einem Online-Shop nach dem „Spreadshirt-Prinzip“ (siehe S. 80) jedoch nicht umsetzen. „Außerdem wollen wir mit unseren frechen Designs unserer Szene einen Spiegel vorhalten und auf den Trend zu Uniformierung und modischem Mainstream aufmerksam machen“, meint Dämmrich. Obwohl beide Designer sind, basiert Evoleeq auf der Kunst von Cornelius Dämmrich, der für die kreativen De-



© Marc-Huth.de für Evoleeq

EVOLEEQ: Robin Assmus und Cornelius Dämmrich sind mit frechen Shirt-Designs erfolgreich.

signs verantwortlich ist. Die Programmierung der Website, das Finanzielle und auch der Vertrieb liegen in den Händen von Robin Assmus.

Das Jahr 2008 ist für Evoleeq gut gelaufen und etwa 50% des Umsatzes der rund 15 Shirts, die sie derzeit monatlich verkaufen, bleibt als Gewinn hängen. Für das kommende Jahr haben Assmus und Dämmrich Großes geplant. Mit einer neuen Kollektion, deren Design inhaltlich an den Geschichten Wilhelm Buschs und an Heinrich Hoffmanns Struwwelpeter angelehnt ist, wollen sie die Produktion hochfahren und bei Großvertrieben wie Imperial Clothing (www.imperial-clothing.de) unterkommen. Assmus meint dazu: „Zu sehen, dass andere Leute unsere Shirts tragen ist schon cool und erfüllt uns auch irgendwie mit Stolz. Eins unserer Shirts ist beispielsweise auf einem offiziellen Promofoto unserer Lieblingsband zu sehen und war auch schon einmal kurz im Fernsehen, wo es ein befreundeter Schauspieler in einer Krimiserie trug. Derzeit versenden wir auch viel nach Wolfsburg, wo wir offenbar eine Fangemeinde haben, die wir gar nicht kennen. Und einige Bands haben angefragt, ob wir sie ausstatten würden. Aber erst mal kommt die neue Kollektion und damit dann ein größerer Vertrieb.“ Und Dämmrich fügt hinzu: „Für mich wäre es ein Riesenkompliment, wenn nicht nur typische Szenekinder unsere Shirts kaufen würden, sondern vielleicht Bankkaufleute oder andere Leute aus Berufen mit Dresscode ein Evoleeq-Shirt drunter tragen würden.“

warenabteilung führen sollte, wo man T-Shirt Transferfolien bekommt. Diese könnte man zu Hause mit dem eigenen Tintenstrahldrucker bedrucken und dann auf ein Shirt aufbügeln. Solche Produkte sind zwar meist ein netter Gag zum Geburtstag, entsprechen aber keinesfalls professioneller Ware.

Dämmrich wurde bei seiner Suche nach einem geeigneten Produzenten zunächst bei großen Internetanbietern wie beispielsweise Spreadshirt (siehe Seite 80) fündig. Spreadshirt traf mit seinen Möglichkeiten aber nicht Dämmrichs Geschmack, und so gründeten er und Assmus ihre eigene Firma. Erste Bedenken, vor allem bezüglich der Finanzierbarkeit dieser Geschäftsidee, waren mit gründlichen Recherchen schon bald über-

wunden und die Suche nach einem Produzenten für die Shirts mit dem eigenen Design begann.

Ihre ersten Shirts ließen Dämmrich und Assmus von der DDS Deutsche Druckservice (www.deutsche-druckservice.de) produzieren, einem Partner Spreadshirts, der allerdings eher für Großkunden geeignet ist und eine Mindestbestellmenge von 50 Shirts verlangt. Die Zusammenarbeit mit einem professionellen Druckproduzenten hat allerdings immense Vorteile. Der Designer liefert sein Design als druckfertige Vektorgrafik ab und wählt die Art der Shirts und die Farben aus. Der Druckproduzent stellt die Shirts dann mit professionellen Maschinen und dank jahrelanger Erfahrung her. Der Hersteller liefert dann die fertige Ware an den Desi-



Geschäftsidee T-Shirt Design

st um Vertrieb
 a, sollte kein
 u finden sein,
 räge bei kleine-
 verfahren für
 ezielle Maschi-
 e Druckergeb-
 sam sein, sol-
 mgebung zu
 e Suche sind
 anderen na-
 druck lassen
 Transferdruck-
 en die Designs
 und dann mit
 verbunden. Als
 dann noch den
 TG (Direct to
 inem speziellen
 kt wird. Die Far-
 ze fixiert. Ent-
 e Druckerei,
 en Methoden
 as geplante De-
 steht die Mög-
 hops zu erkun-
 der vielen spe-
 ie sie vor al-
 en sind. Übli-
 gung und die
 a. Dafür kann

aber schon ab einer Stückzahl von nur einem Shirt produziert werden.

Die ultimative Alternative zu einem großen Druckpartner besteht darin, die Shirts selbst zu produzieren. Der Vorteil liegt in der zeitlichen Unabhängigkeit von einer Druckerei oder sonstigem Produzenten. Ein Nachteil sind die hohen Investitionen. Einfache Siebdruckmaschinen sind zwar bereits ab etwa 300 Euro erhältlich, aber für jede Farbe in jedem Design muss ein eigenes Sieb erstellt werden, das jeweils mit etwa 20 Euro zu Buche schlägt. Außerdem müssen stets geeignete Farben vorrätig sein, was wiederum erhebliche Kosten erzeugt.

Mit Ausnahme der spezialisierten Shirt-Shops ist allen Alternativen zum professionellen Druckpartner gemein, dass der Designer selbst die Rohware, also die unbedruckten Shirts, beschaffen muss und auch hier ganz allein für den Vertrieb und Versand seiner Shirts verantwortlich ist. Es stellt sich also die Frage, ob die grundsätzlich höheren Kosten, die mit einer kleineren Produktion verbunden sind, den Aufwand überhaupt rechtfertigen. Evoleeq jedenfalls raten für den Anfang von einer reinen Eigenproduktion ab. „Wenn man genug Geld hat, beispielsweise ein Startkapital von 10.000 Euro, kann man damit richtig viel machen. Man produziert fünf Designs, lässt diese im Ausland in großer Menge drucken, erstellt Flyer, Aufkleber und eine Website – heutzutage alles nicht mehr wirklich teuer – und steckt etwas Arbeit rein, dann wird das eine recht gute Firma“, erklärt Dämmrich.

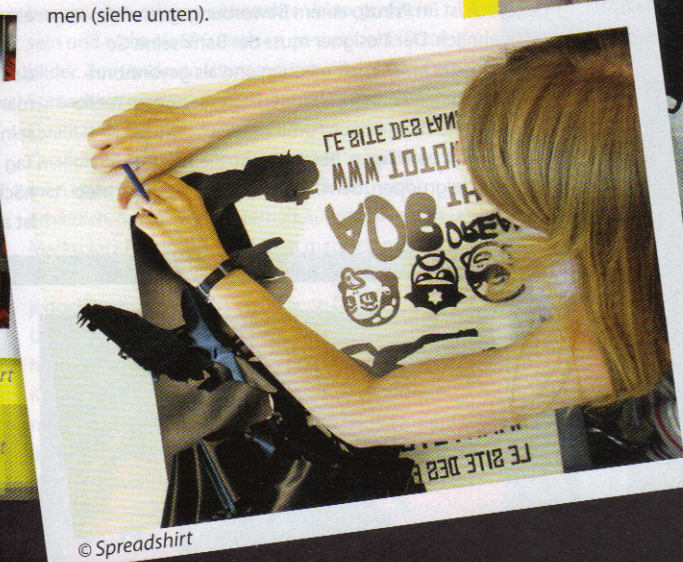
Sollte ein solches Startkapital fehlen, gibt es die Möglichkeit, bei vielen Banken einen sogenannten Existenzgründungskredit aufzunehmen (siehe unten).



© Marc-Huth.de für Evoleeq



SHIRT: Spreadshirt hat stets... Die Motive werden... bereitet, ehe sie mit... esse wandern.



© Spreadshirt



Spreadshirt

Materialhersteller und Druckproduzenten finden

Materialhersteller und Druckproduzenten lassen sich einfach über die Websites Wer liefert was? (www.wlw.de) und Industrystock (www.industrystock.de) finden. Beide Seiten sind Suchmaschinen für die Suche nach industriellen Zulieferern und Produzenten. Gibt man zum Beispiel den Begriff 'Textildruck' ein, so liefern beide etliche Ergebnisse aus diesem Bereich, von Druckereien über Druckmaschinenherstellern und Farben bis hin zu Materiallieferanten.

