



NADIA BOTZENHARD IM PORTRAIT

Weg vom Sicherheitsdenken – Ein Fashion Startup mit amerikanischem Gründergeist und deutschem Holz genährt

*Nadia Botzenhard (*1981) begann ihren Weg da, wo jährlich Hunderttausende ihre Zukunft suchen: im BWL-Studium. Bei Nadia klappte das überraschend gut. Ihr erster Job katapultierte sie gleich in eine Führungsposition. Und dann? Sie schmiss hin, um sich außerhalb der Festanstellung weiter zu entwickeln. Heute ist sie Expertin für den „Traum in Weiß“ – allerdings nicht vor dem Altar, sondern für obenrum. Als Co-Founder von whytes, einem Münchener Fashion Startup, verkauft sie das „perfekte weiße T-Shirt“ für den Mann. Das wäre ohne ihre Suche nach dem eigenen Weg in der US-Mode-Metropole New York sehr wahrscheinlich anders gekommen.*

Es ist eine Woche vor Weihnachten 2019 – die Innenstädte sind voll mit angespannten Menschen, die noch Geschenke suchen und ihre mittelprächtige Laune gern am Verkaufspersonal auslassen. Auch Geschäftsleute beantworten Emails zu dieser Zeit gern mit der Standardansage: „Bitte im Januar wieder melden, vor Weihnachten schaffe ich es nicht mehr.“ Ganz anders Nadia.

Obwohl sie selbst im Modegeschäft ist und ihr Online-Handel mit dem perfekten weißen T-Shirt für den Mann dieser Tage brummt, ist sie die Ruhe selbst. Einen Termin für ein Telefonat macht sie binnen einer Woche möglich. „Klar, ich mache das gern. Wenn man mal einige Jahre in New York überstanden hat, dann bekommt man auch eine andere Definition von Stress,“ sagt sie und spielt damit auf das an, was den Weg zu whytes ermöglicht hat.

Eigentlich fing alles ganz „klassisch“ an, wie sie erzählt. Studium der BWL in Freiburg, danach beginnt sie 2003 die erste Stelle bei einem Personaldienstleister. Sie macht einen tollen Job und wird mehrmals befördert. Schließlich wird sie, schon ein Jahr nach ihrem Eintritt in die Berufswelt, Assistentin der Geschäftsleitung. Fünf Jahre arbeitet sie in der Position und entwickelt ihre Führungskompetenz.

„Ich hatte immer mehr Verantwortung, habe bald 400 Leute geführt. Das hat einen

schnell weitergebracht und viel Spaß gemacht“, beschreibt sie die Zeit.

Aber angesichts des frühen Erfolgs kommt sie auch schnell an den Punkt, wo sie sich fragt, was denn jetzt als Nächstes kommen soll. Sie ist gerade mal 28 im Jahr 2009. Mehr Mitarbeiter? Mehr Verantwortung? More of the same? Nadia entscheidet sich anders – ganz anders.

„Ich wollte schon immer mal länger ins Ausland, das war die Hauptmotivation“, schildert sie die Entscheidung, die so vieles ins Rollen bringen sollte. Mit ihrem Uni-Englisch ist Nadia nicht zufrieden und sehnt sich vor allem nach persönlichem Wachstum. Das findet man im Ausland, wie sie weiß. Aber sie weiß auch, dass man damit nicht bis 50 warten sollte.

„New York City hat mich schon immer irgendwie fasziniert. Die kreative Atmosphäre der Stadt hatte einfach eine starke Anziehungskraft.“

Gemeinsam mit ihrem damaligen Freund und heutigen Mann und Co-Founder Thomas Escher bricht Nadia ihre Zelte in Deutschland ab – jedenfalls vorübergehend, so der Plan. Thomas ist überzeugter weißer T-Shirt-Träger. Das ist zu diesem Zeitpunkt zunächst nur ein kleines Detail, das später noch wichtig werden wird. Der Plan ist, erst einmal für

sechs Monate an den Big Apple zu gehen. „Daraus wurden dann am Ende fast fünf Jahre“, sagt sie heute lachend.

Heute, da ist Nadia Chefin eines Teams von insgesamt sechs Mitarbeitern, darunter die Näherinnen und Produktionsmitarbeiter an zwei Standorten. Der Hauptsitz ist in München. Als Produkt gibt es nur eines: Das weiße T-Shirt – aber nicht irgendeins. „Nein, das herausragendste ist das kundenzentrierte Design.

Wir haben das Know How von 400 Co-Kreatoren auf der ganzen Welt zusammengebracht“, erklärt Nadia. „Außerdem ist das Material entscheidend. Die T-Shirts sind aus Buchenholz. Nachhaltigkeit war uns von Beginn an sehr wichtig.

Das hat auch dazu geführt, dass wir allein zwei Jahre gebraucht haben, um den perfekten Stoff zu entwickeln.“ Perfekt? Gibt es so etwas überhaupt im Leben einer Gründerin? „Na ja, perfekt ist ja immer auch eine Frage der Perspektive, aber zumindest so toll, wie ich es mir immer erträumt habe die ganzen Jahre. Doch dafür muss man eben auch sehr harte Zeiten durchstehen und ein paar Jahre Scheiße fressen, um es mal ganz ehrlich zu sagen.“

„If you can make it there, you can make it anywhere.“ So heißt es bereits bei

Frank Sinatra in seinem berühmten Song „New York, New York.“ Millionen von Menschen aus der ganzen Welt kommen jährlich hier hin, um ihr Ding zu machen – als Künstler, Schauspieler, Unternehmer oder eben Modedefans. Es gibt kaum eine Branche, für die New York nicht Trendsetter wäre.

Nadia und Thomas kommen in diesem Herbst 2009 ja eigentlich gar nicht mit so hohen Erwartungen. Sie möchten nur einen Tepetenwechsel, Englisch lernen und die Stadt kennen lernen. Sie ziehen erst einmal in ein Hostel. „Tja, nach sechs Wochen in dieser atemberaubenden Stadt war dann schon klar, dass wir etwas für länger brauchten“, grinst Nadia.

Sie und Thomas nehmen sich ein kleines Apartment in der Upper East-Side, einem belebten Viertel der Stadt, in der bereits ein Zimmer in einer WG so viel kostet wie in München eine 2-Zimmerwohnung in guter Lage. Doch das Leben trotz aller finanziellen Hürden zu meistern ist ebenfalls Teil des Entrepreneurship Spirit der Amerikaner, von dem die beiden schnell in ihren Bann gezogen werden.

Nadia bekommt einen Job als „International Sales Assistant“ in der Modebranche bei agent 011, einem multi-label Showroom. Damit beginnt für sie ein neuer Lebensabschnitt in der Modebranche.

„Es war anfangs nicht gerade leicht. Ich konnte ja wirklich noch nicht so gut Englisch

und außerdem war die Modebranche komplett neu für mich. Aber es war so geil, in diese Welt einzutauchen und zu sehen, wie ein Team jeden Tag so fokussiert an einem gemeinsamen Ziel arbeitet.“

Agent 011 gehört zu diesem Zeitpunkt zu den aufstrebenden Fashion Startups der Stadt. Das Geschäft ist hart, aber der amerikanische „just do it“ spirit lässt das Unternehmen weiterkommen. Für Nadia ist klar, sie möchte auch irgendwann ihr eigenes Ding machen, nicht mehr „nur“ Mitarbeiterin sein. Der Unternehmergeist steckt sie mit jedem weiteren Tag an.

Sie nutzt gleich ihre eigene Herausforderung, um ihr erstes „eigenes Baby“ zu kreieren. „Teil meines Problems am Anfang war ja, dass ich nicht nur Englisch, sondern die ganze Modesprache lernen musste,“ erklärt sie. Wie es sich für Macherinnen gehört, löst sie das Problem nicht nur für sich selbst, sondern teilt die Lösung mit anderen in Form eines Produktes.

Es heißt „Speakfashion“ – ein online Magazin, das Leser bis 2015 mit allen Mode-relevanten Nachrichten versorgte und darüber hinaus die FAD App enthält, was für Fashion Dictionary steht. „Die App gibt es heute noch,“ erzählt Nadia stolz. „Es war total cool zu sehen, wie das alles gewachsen ist. Es war ja so etwas wie mein erstes eigenes Startup

und es hat funktioniert. Es wurden immer mehr Nutzer. Wir fügten täglich neue „Vokabeln“ aus dem Fashion-Umfeld hinzu und konnten so allen helfen, denen es genauso ging wie mir am Anfang, um die ganzen Fachbegriffe schneller zu lernen.“

Doch Nadia möchte es nicht bei der Sprache lassen. Sie will wirklich tief ins Modegeschäft einsteigen, nicht mehr „nur“ verkaufen. Sie beginnt eine zweijährige berufsbegleitende Weiterbildung zur Modedesignerin am Fashion Institute of Technology. Daneben nimmt sie einen neuen Job als Area Sales Executive beim Moschillo Showroom an.

„Es war schon hart diese Zeit. Tagsüber arbeiten, dann abends die Weiterbildung. Und Geld hatten wir auch nicht zu der Zeit. Die Stadt ist teuer und man muss hart arbeiten, um sich das Leben zu finanzieren. Aber man wächst über sich hinaus in solchen Phasen weil man spürt, dass man seinen Traum lebt.“

Als Nadia 2012 ihr Zertifikat in der Tasche hat, gelingt ihr der nächste Sprung in ihrer New Yorker Fashion Karriere. Sie wird International Sales Director im Gracia Fashion Showroom. Doch der Traum vom eigenen Startup

lässt sie nicht mehr los. „Ich weiß das noch wie heute“, sagt sie vor Energie sprudelnd. „Thomas mit seinem 24/7 weiße T-Shirts Tick. So kamen wir darauf, dass es im Grunde noch kein wirklich perfektes weißes T-Shirt gibt. Immer ist irgendetwas nicht so toll – das Material, der Schnitt, die Qualität, der Preis.“ Das ist die zündende Idee, die später whytes werden wird. Doch bis dahin wird es noch einige Jahre dauern.

„Wir wollten von Beginn an ein funktionierendes Geschäftsmodell bauen“, sagt Nadia.

Funktionierend soll heißen, dass sie und Thomas keinen Schnellschuss machen wollen. Vielmehr geht es ihnen darum, der Perfektion wirklich nahe zu kommen. Und als Nadia von diesem Prozess erzählt, hört es sich ein bisschen so an wie bei Harry Potter, der einem gewaltigen Rätsel auf der Spur ist und dafür die passende Zauberformel sucht. Dies gelingt schließlich nur durch die Hilfe einer riesigen Community. „Wir haben das T-Shirt in Co-Creation entworfen. 400 internationale Modeblogger haben ihr Wissen beigetragen. So kamen wir auf das perfekte Design.“

Doch das Design macht bekanntlich noch kein T-Shirt. Zwar können Nadia und Thomas verhältnismäßig schnell mit einem ersten Prototypen herstellen, doch die Mischung des richtigen Stoffes wird sie ab 2014 noch ganze zwei Jahre auf Trab halten. „Neben dem

Tragekomfort, der bei Mode natürlich extrem wichtig ist, war uns von Beginn an Nachhaltigkeit wichtig. Auch bei der Materialsuche war unsere Community von Online-Modeexperten super wichtig für die Auswahl.“ Schließlich entscheiden sich die beiden T-Shirt-Experten für eine Faser aus Buchenholz. Ein Rohstoff, der lokal in Europa nachwächst. Deutschland – warum zurück in die alte Heimat?

„Das hatte einerseits praktische Gründe“, erklärt Nadia. „Wenn man keine dauerhafte Aufenthaltsgenehmigung in den USA hat, muss man nach plus minus nach sechs Jahren wieder zurück. Außerdem wollten wir unser Produkt mit dem Gütesiegel „Made in Germany“ aufziehen. Da war’s uns wichtig die Produktion hier zu haben.“ Nadia und Thomas packen also fünf Jahre nach ihrer Ankunft am Big Apple wieder die Koffer und gehen 2014 zurück nach München, um die Unternehmensgründung anzugehen. Doch den Entrepreneurial Spirit der USA nehmen sie mit.

„Deutschland ist ja nach wie vor sehr sicherheitsgetrieben“, schildert Nadia ihren Eindruck. „In den USA ist es umgekehrt. Viele sind immer nur einen paycheck (Monatsgehalt) von der Privatinsolvenz entfernt. Wenn Du Dir darüber dauernd

einen Kopf machen würdest, könnte keiner etwas zustande bringen.“

Diese typisch deutschen Sorgen und das viele Nachdenken, was häufig Frauen nachgesagt wird, zum Beispiel um Altersvorsorge und Versicherungen, hat Nadia in der Zeit in den USA längst ad acta gelegt. Mit diesem Selbstbewusstsein im Gepäck, meistert sie mit Thomas gemeinsam die letzten Entwicklungsschritte ins Unternehmertum. 2016 schließlich wird whytes gegründet und die ersten T-Shirts werden verkauft.

Nun, drei Jahre später, gibt es bereits einige hundert Stammkunden. „Es ist super schön zu sehen, dass unser Produkt angenommen wird und die Kunden uns treu bleiben. Gerade jetzt zu Weihnachten sieht man auch, dass Kunden wiederkommen und die Shirts für Kinder und Freunde nachkaufen.“ Um ihren Kunden in Zukunft noch mehr Auswahl und Abwechslung in gewohnter Qualität bieten zu können, denken die Gründer bereits über weitere Produkte nach. „Wir sind ja bewusst als Monoprodukt-Marke gestartet. Nun ist es an der Zeit, über die nächsten kreativen Schritte nachzudenken. Natürlich steht das T-Shirt weiter im Zentrum der Entwicklung.“

Entwicklung ist auch ein gutes Stichwort, um über Nadias Anliegen als Unternehmerin und Vorbild im weiteren Sinne nachzudenken. Auf LinkedIn hat

sie ein Zitat neben ihrem Profilbild von Oscar Wilde.

„You can never be overdressed or overeducated.“

Ist das nicht genau Teil des Problems bei vielen Frauen? Ständig machen sie neue Ausbildungen und investieren in persönliche Weiterentwicklung – am Ende gehen sie den Schritt in die Selbstständigkeit trotzdem nicht. „Ja, das ist genau das Anliegen, warum ich anderen Frauen helfen will und auch gern meine Erfahrung teile in Vorträgen und auf Veranstaltungen. Wir müssen diese Angst vor dem Fehlermachen ablegen. Es ist ganz normal, dass mal was falsch läuft. Daraus lernt man und entwickelt sich weiter. Das Motto das ich in Amerika verinnerlicht habe und das ich gerne an viele potenzielle Gründerinnen weitergeben würde: Just Do It!“

Getreu dieses Mottos leitet Nadia auch das Unternehmen, das sie stolz als „ihr Baby“ bezeichnet. Während Thomas in Teilzeit noch in einer Beratung arbeitet, widmet sie ihre ganze Zeit den strahlend weißen T-Shirts, die es wahlweise mit rundem oder V-Ausschnitt im Online-Shop gibt. Ihr Home Office ist in München. Zwei bis drei Tage die Woche ist sie vor Ort im der Auslieferung und Konfektionierung. Regelmäßig, etwa einmal im Monat, ist Nadia in der Produktionsstätte in Berlin anzutreffen. An diesen Tagen haben die Näherinnen ihre Chefin um sich. Fünf davon sind

mittlerweile festangestellt. Der Rest des Teams besteht aus Produktionsmitarbeitern und freien Projektmitarbeitern.

Gemessen an dem Spirit, den Nadia im Gespräch versprüht, wird das Team 2020 mit mehr verkauften T-Shirts und neuen Produktideen weiter anwachsen. Nadia unterstreicht noch einmal, dass das Startup-Leben kein Spaziergang ist.

„Du musst einfach Bock darauf haben, Dein Ding zu machen. Das ist das Wichtigste. Um von morgens

bis abends für so eine Idee zu arbeiten, muss man sich ganz geben.“

Nadias Stimme ist an dieser Stelle eine Mischung aus Resolutheit und ansteckendem Gründeroptimismus. „Es braucht dieses Mindset, dass man einfach machen muss“, fügt sie hinzu. „Das Sicherheitsdenken in Deutschland ist dahingehend die größte Hürde - gerade für Frauen. Weg damit.“