

„oyoyo ist Kunst zum Anfassen“ Gründer-Interview mit CEO Dan Schmitz und Geschäftsführer Maik Ehmke

An welche Zielgruppe richtet sich Euer Tool?

Maik: Wir haben zwei Nutzergruppen: Zum einen unsere Designer*innen, für die wir mit oyoyo Werkbank und Atelier zugleich sein wollen, und zum anderen sind da natürlich unsere Kunden, die wir stets mit aktuellen Themenwelten und qualitativ hochwertigen Produkten überzeugen möchten. Von unserer Plattform werden diese beiden Nutzergruppen durch die verschiedenen Designs verbunden. Bei oyoyo können die Künstler ihre Designs nicht nur ausstellen, sondern sie als unterschiedliche Heimtextilien produzieren lassen und gleichzeitig an jedem verkauften Produkt in Form von einer Provision verdienen. Designer und Kunden, aber auch Interior Blogger und Influencer unterstützen uns regelmäßig, um aus der Vielzahl von Designs relevante Themen zu kuratieren.

Was gibt es alles bei oyoyo?

Maik: Individuelle Textilien von beliebten Designern. oyoyo bietet ein ausgewähltes Sortiment an Bettwäsche, Kissen, Tischdecken, Servietten, Tischsets, Gardinen, Raffrollos und vielem mehr an – alles was das Wohnen schöner macht. Wir lassen den Kunden entscheiden, auf welcher Rohware er sein Lieblingsdesign bedrucken und nähen lassen möchte. Um der Idee eines Raumgestalters näher zu kommen, gehen wir mit dieser Auswahl an den Start. Bei uns gibt es Kissen passend designet zu den Vorhängen und gleich dazu noch den passenden Tischläufer. Auf diese Weise entsteht eine einheitliche Designsprache und zusammengesammelte Anhäufungen mit verschiedenen Designs gehören der Vergangenheit an.

Das Sortiment möchten wir dann sukzessive erweitern, so planen wir zum Beispiel Meterware als Rohware ins Sortiment aufzunehmen, um den Kunden die Möglichkeit zu geben, die eigenen Möbel mit einem Lieblingsdesign zu beziehen oder kreative DIY-Ideen umzusetzen. Dennoch wird oyoyo sich nicht zum Bauchladen entwickeln, sondern seiner Linie und den Heimtextilien treu bleiben. Mit Sicherheit werden wir keine bedruckten Wegwerfartikel, wie Mouse-Pads und Handyhüllen, auf unserer Plattform anbieten - das würde das Profil unscharf machen.

Dan: Für uns ist oyoyo benutzbare Kunst. Designer sehen ihre Entwürfe ja oft als Kunstwerke, wir hauchen diesen Leben ein und machen sie anfassbar. oyoyo ist Kunst zum Anfassen oder im Falle eines Kissens oder der Bettwäsche auch Kunst zum Kuschneln. So kann jeder seine Wohnung zur Galerie umwandeln, das ist einzigartig.

Wo liegt der Ursprung Eurer Idee?

Dan: Als Vertreter der Schmitz-Werke GmbH besuche ich regelmäßig die Heimtextilmesse in Frankfurt. 2013 lief ich wieder durch die Hallen und kam schließlich in diese eine Halle, in der sich Jahr für Jahr die Textildesigner zusammenfinden. Diese Halle war schon immer etwas abseits, etwas düster und alles andere als einladend. Designer stellen dort ihre Arbeiten aus, doch die Art der Präsentationen war ihrer Arbeit nicht würdig. Es fühlte sich immer unpassend an, wie sie behandelt wurden – besonders in der heutigen Zeit, in der Design ausschlaggebend

für Unternehmenserfolge ist. Es passte alles nicht zusammen. Daraus entwickelte sich in mir die Frage: Wie kann man Potential, Kreativität und Leistung der Designer so aufstellen, dass alle davon profitieren? Denn gerade die Vielfalt macht doch deren Branche aus, es muss nicht jeder dasselbe Kissen zu Hause haben. Wenn ein Design schön ist, wird es immer jemanden geben, der Geld dafür ausgibt. Es fehlte ein verbindender Hebel. Diesen Gedanken oder Geistesblitz teilte ich Maik mit – und der legte dann los.

Maik: Ja, das war alles 2015 bei einem Sommerfest von Dan. Ich war zu dem Zeitpunkt noch Product Owner im E-Commerce bei Ernsting's Family und mit dem Relaunch des Webshops beschäftigt, aber ich verstand seine Idee sofort. Der erste Gedanke kreiste dann noch ein paar Monate in meinem Kopf herum und ließ mich einfach nicht mehr los. 2016 war er dann soweit gereift, dass ich mit der Konzeptionsphase startete. Bis alles durchdacht war verging fast ein halbes Jahr. Ich kenne mich sehr gut um Bereich E-Commerce aus, aber ein Unternehmen komplett neu aufzubauen und mit angeschlossener on-demand Produktion zu planen war vollkommen neu für mich. Zentraler Punkt war seit dem ersten Moment das Verbinden der Nutzergruppen um die sich alles dreht. Statt im Büro zu arbeiten ging ich raus - befragte Designer und Endverbraucher, andere Start-up Gründer, Banken, Investoren und Experten aus meinem Netzwerk. In drei verschiedenen Runden pitchten Dan und ich unser fertiges Konzept vor unserem Beirat und anderen Experten und hatten sie schließlich von oyoyo begeistert. Für uns fiel im März 2018 der Startschuss und was sich innerhalb eines Jahres entwickelte, ist für mich noch immer zutiefst beeindruckend. Diese Dynamik habe ich vorher noch niemals in meinem beruflichen Umfeld in dieser Form kennengelernt.

oyoyo – wie kommt man auf diesen Namen?

Maik: Am Anfang haben wir Namensvorschläge gesammelt. Die Idee für den Namen oyoyo kam von einem Kollegen aus Hamburg und alle fanden ihn von Anfang an freundlich, sympathisch und leicht zu merken.

oyoyo in drei Worten?

Dan: Design. Vielfalt. Individualität.

oyoyo in drei Sätzen?

Dan: oyoyo ist der erste faire Marktplatz für individuelle und on-demand produzierte Heimtextilien. oyoyo ist die verlängerte Werkbank und das Atelier für Designer*innen. Und oyoyo ist der Platz, an dem Designer und Kunden über all das miteinander sprechen können.

Nachhaltigkeit und faire Arbeitsbedingungen sind in aller Munde - bei Euch auch?

Dan: Nein, bei uns nicht, wir reden nicht drüber, wir tun's einfach.

Maik: Ganz offen: Wir sind noch nicht perfekt, können wir auch nicht sein, aber wir wollen mit jedem Schritt in unserer Entwicklung ein Stückchen besser werden.

Wie nehmen die Designer Euer Angebot der fairen Zusammenarbeit an?

Maik: Das Feedback ist wirklich toll und sehr positiv. Wir sind in einem offenen und regelmäßigen Austausch mit unseren Designer*innen, wodurch immer wieder gute und neue Ideen entstehen. Die Designer*innen freuen sich vor allem darüber, dass wir eben nicht den Bauchladen anbieten, sondern uns auf Textilien fokussieren. Auch unsere Stoff- und Druckqualität wird, ebenso wie das Design unseres Onlineshops, gelobt.

Woher kommen Eure Designer?

Dan: Im Augenblick von Planet Erde ;-)

Maik: Während der Konzeptphase haben wir viel ausprobiert und mit verschiedenen Künstlern gesprochen. Es schien so, als hätten wir bei ihnen einen Nerv getroffen und sie nur darauf gewartet haben, dass einer ihre Arbeit zu schätz weiß und das Thema individuelle Textilien und on-demand Produktion in Europa in die Hand nimmt. Nachdem wir sie von oyoyo begeistert haben, ging es eigentlich recht schnell. Sobald Du die Menschen einbeziehst, machen sie mit und genau darum geht es bei uns. Wir bauen diese Plattform nicht für uns oder einen Konzern auf, sondern für die Menschen da draußen. Unsere Designer kommen im Moment aus Deutschland, England, Holland und Dänemark, aber wir bekommen täglich Anfragen und freuen uns, wenn wir neben bekannten Künstlern auch Newcomern und New-Talents eine Möglichkeit bieten können, um ihre neuen Ideen einzubringen und so oyoyo und unsere Kunden zu bereichern.

Welche Kanäle nutzt Ihr, um auf Euch aufmerksam zu machen?

Maik: Wir laufen natürlich hauptsächlich online, d.h. Social Media, Influencer und Blogger sind unsere Bühnen. Jeder Designer, der sein Produkt auf unserer Seite empfiehlt, ist ein wirksamer Hebel, um Menschen zu erreichen, ob weitere Designer oder Kunden. Um stetig neue Themenwelten und Trends zu entwickeln, rufen wir regelmäßig zu Design Challenges auf und lassen über Entwürfe abstimmen. Bereits bestehende Trends greifen wir natürlich auch auf, möchten aber vor allem selbst neue Trends setzen und Themen gemeinsam mit der Crowd entwickeln.

Ein Start-up aus Emsdetten – das ist nicht so häufig, oder? Wie ist das Feedback aus der Region?

Dan: Oh, doch! Im Münsterland und in Emsdetten ist das gar nicht so selten. Hier sitzen viele Unternehmen, dazu kommen die Studierenden von der Universität Münster, so entstehen viele Jung-Unternehmen und somit Jung-Unternehmer. Der Begriff Start-up ist Definitionssache. Was hier ein neues Unternehmen ist, ist in Berlin oder Hamburg eben ein Start-up ;-). oyoyo selbst ist hier nicht tief verwurzelt, auch wenn unsere Mutter die Schmitz-Werke GmbH ist. Von deren Erfahrungsschatz profitieren wir bei oyoyo ungemein. Wir wissen, was gut funktioniert und was nicht und bringen eine große Expertise in Textilwirtschaft, Digitaldruck und vielem mehr mit. Wir haben alles erlebt, was es seit 1921 gibt. Die Schmitz-Werke waren schon immer innovativ und sind von jeher Bereiche angegangen, um sie zu verändern. Mein Großvater sagte schon, er gehe nur ungern in eine Arena, aus der er nicht als Sieger herausgehen kann. Wir haben große Hoffnung und Erwartungen an das, was oyoyo auf dem Heimtextilmarkt bewegen wird.

Gibt es Pläne, nach Berlin zu gehen? Oder nach Hamburg?

Maik: Wir sind online und dadurch weltweit zu erreichen – zum Glück ist auch Emsdetten ans Internet angeschlossen ;-). Unser Team arbeitet auch aus Hamburg und Berlin. Konkrete Pläne oder Notwendigkeit für einen Standortwechsel gibt es erstmal nicht. Ideen für einen Pop-Up Store aber schon – bis dahin nehmen wir uns aber noch etwas Zeit.

Team oyoyo – wie kamt ihr zueinander und was verbindet Euch?

Maik: Kurz gesagt: Vertrauen. Wir kannten uns alle mehr oder weniger vorher durch gemeinsame Jobs und wussten um die Stärken jedes Einzelnen. Julia ist unsere

Frontend-Queen und betreut den Shop. Sina kümmert sich mit viel Liebe um das Marketing und ist Ansprechpartnerin für unsere Designer*innen. Genauso wie Julius, der die Mediengestaltung macht und selbst ein leidenschaftlicher Designer ist. Lisa kümmert sich um unsere tollen Produkte und sorgt dafür, dass die Qualität immer einwandfrei ist. Und ich bin der Azubi, der lernt wie man ein Start-up aufbaut. Dazu haben wir noch ein Team aus Freelancern, das uns im UI-Design und in der Programmierung unterstützt.

Dan: Als Start-up ist so ein kleines Team Goldwert. Menschen an Bord zu haben, denen man vertraut, ist das Wichtigste. Wir hätten all das sonst so nicht erreichen können.

Maik: Heute verbindet uns natürlich dieses Produkt namens oyoyo, das ist unser Baby. Wir haben einen super Teamgeist aufgebaut und stehen voll und ganz hinter der Idee. Diese ist, nicht für den Jahresreport eines Unternehmens zu arbeiten, sondern für Menschen. Für die Designer, die durch unsere Plattform von ihren Ideen leben können – das war der Grundgedanke. Und wir nehmen jede Idee und jedes Feedback auch ernst und auf. Jeder ist willkommen und kann sich einbringen, solange er fair, tolerant und offen ist. Diese Werte nehmen wir sehr ernst. Wir wollen hier eine asshole-freie Zone haben 😊

Dan: Oder kurz gesagt: Ich wollte den Designer irgendwie helfen und Maik hat daraus ein kommerzialisierbares Konzept erarbeitet, bei dem alle einer Vision folgen und diese gemeinsam weiterspinnen. Es gab auch niederschmetternde Situationen, den totalen Zusammenbruch und all diese Dinge, die typisch sind für eine Familie. Wir gehen hier gemeinsam durch dick und dünn und schöpfen daraus Kraft. oyoyo ist ein Team, deren Individuen nicht unterschiedlicher sein könnten, aber genau das macht es zu dem, was es heute ist.