



 AIRPAQ

# Vertrauen in Nachhaltigkeit

## Aus Alt mach Neu

Das Kölner Startup Airpaq verkauft Rucksäcke und Taschen aus Airbags von verschrotteten Autos. Die beiden Gründer und Geschäftsführer Adrian Goosses und Michael Widmann kennen sich seit dem Studium und betreiben ihren Online-Shop mit viel Herzblut. In dieser Case Study erfahren Sie, wie sich mit einer nachhaltigen Geschäftsidee Idealismus und kommerzieller Erfolg miteinander verbinden lassen.



Gründungsjahr  
2017



Mitarbeiter  
2



Sitz  
Köln, DE



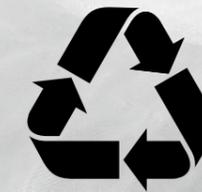
Trusted Shops zertifiziert  
seit 26.04.2019



Shop  
<https://deutsch.airpaq.de>



Software  
Shopify



Käuferschutz  
inklusive



Sehr gut  
4.97/5.00

Stand 28. Oktober 2019

## Crowdfunding als Start für den Online-Shop

Was tun mit einer tollen Geschäftsidee und wenig Geld? Crowdfunding ist ein Weg, den mittlerweile viele junge Gründer gehen.

Neben dem finanziellen Aspekt bietet eine Crowdfunding-Kampagne den Vorteil, die eigene Geschäftsidee auf ihre Tauglichkeit hin auszuprobieren. Gibt es genug Menschen, die bereit sind, für das neue Angebot Geld auszugeben, ist das ein gutes Zeichen.

### 509 begeisterte Unterstützer

Airpaq hat 2017 eine Kampagne auf der Crowdfunding-Plattform Kickstarter eingestellt. Um Unterstützer für das Projekt zu gewinnen, haben die beiden Gründer Bild- und Videomaterial bereitgestellt, um die Story der aus Airbags und Autogurten erstellten Rucksäcke anschaulich zu erzählen.

**Mit Erfolg: 509 Unterstützer haben das Projekt finanziert.**

*„Es ist nicht so, dass wir uns gefragt haben, was gerade im Trend liegt, sondern es war so, dass uns die Idee einfach nahe lag. Wir wollten gerne etwas Nachhaltiges machen, wir wollten etwas recyceln oder upcyclen. Dann sind wir zum Schrottplatz gegangen und haben geguckt, was es so an Schrott eigentlich gibt, da haben wir den Airbag entdeckt und losgelegt.“*

Adrian Goosses, Mitbegründer Airpaq



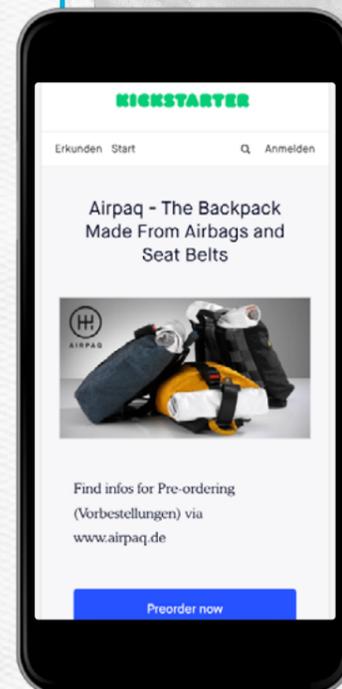
**Recycling:** Oberbegriff für die Wiederverwendung und Aufbereitung von Abfall für den ursprünglichen oder einen neuen Zweck



**Downcycling:** Wiederaufbereitung von Materialien, deren Qualität mit jeder neuen Verwertung sinkt, z.B. Altpapier



**Upcycling:** Wiederverwendung von Materialien, die in einer neuen Gestalt eine höhere Qualität erreichen, z.B. die Airpaq-Rucksäcke



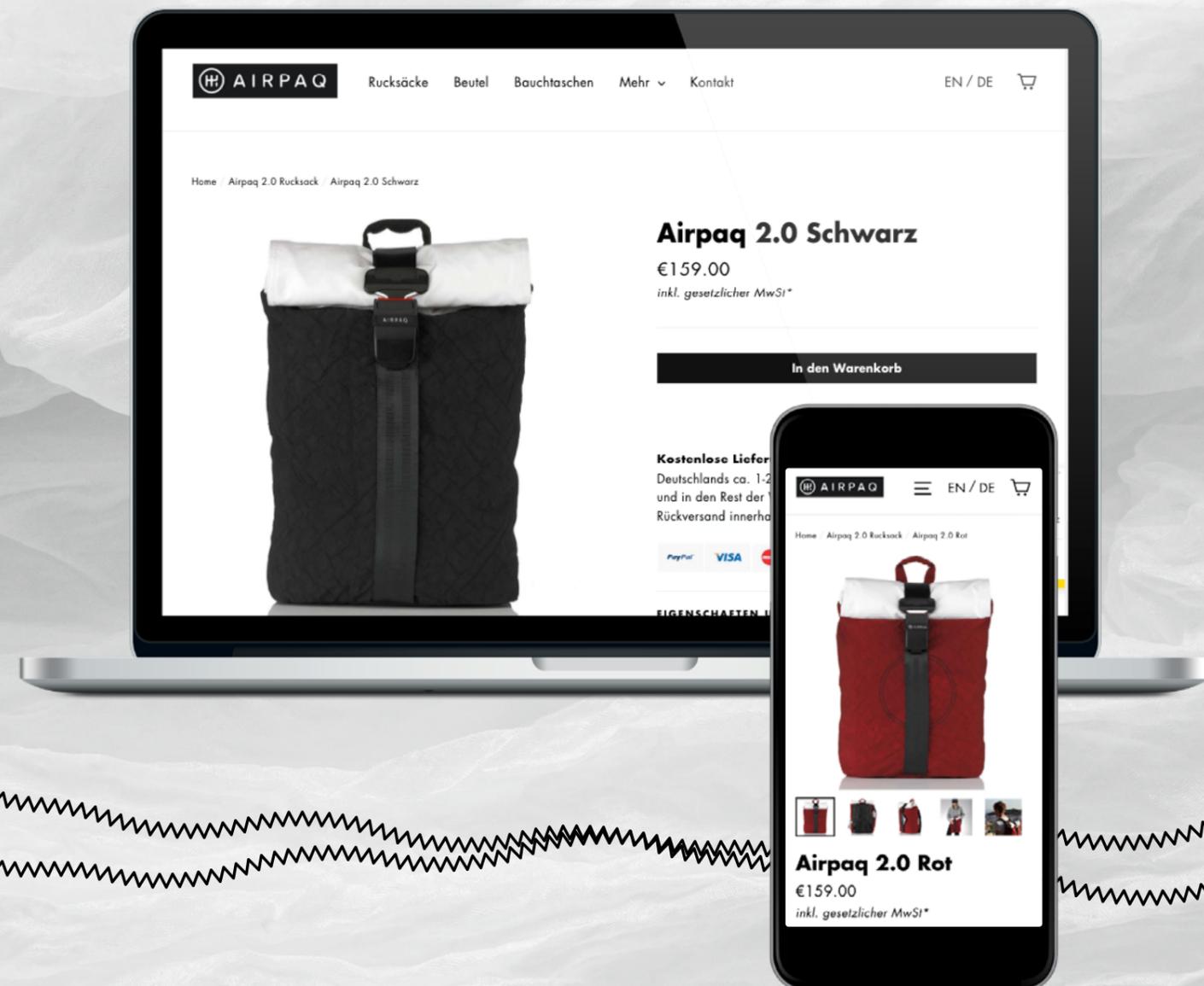
## Von der Landingpage zum Webshop

Mit der Crowdfunding-Kampagne haben die beiden Airpaq-Gründer das Geld für die erste Produktion von Rucksäcken zusammenbekommen.

Zunächst diente die Webseite nur dazu, Vorbestellungen anzunehmen, doch nachdem die Jungunternehmer die ersten 600 Rucksäcke ausgeliefert hatten, lag es auf der Hand, einen kompletten Webshop aufzusetzen.

Als die Rucksäcke von Kundinnen und Kunden getragen worden waren, sprach sich die originelle Geschäftsidee schnell herum.

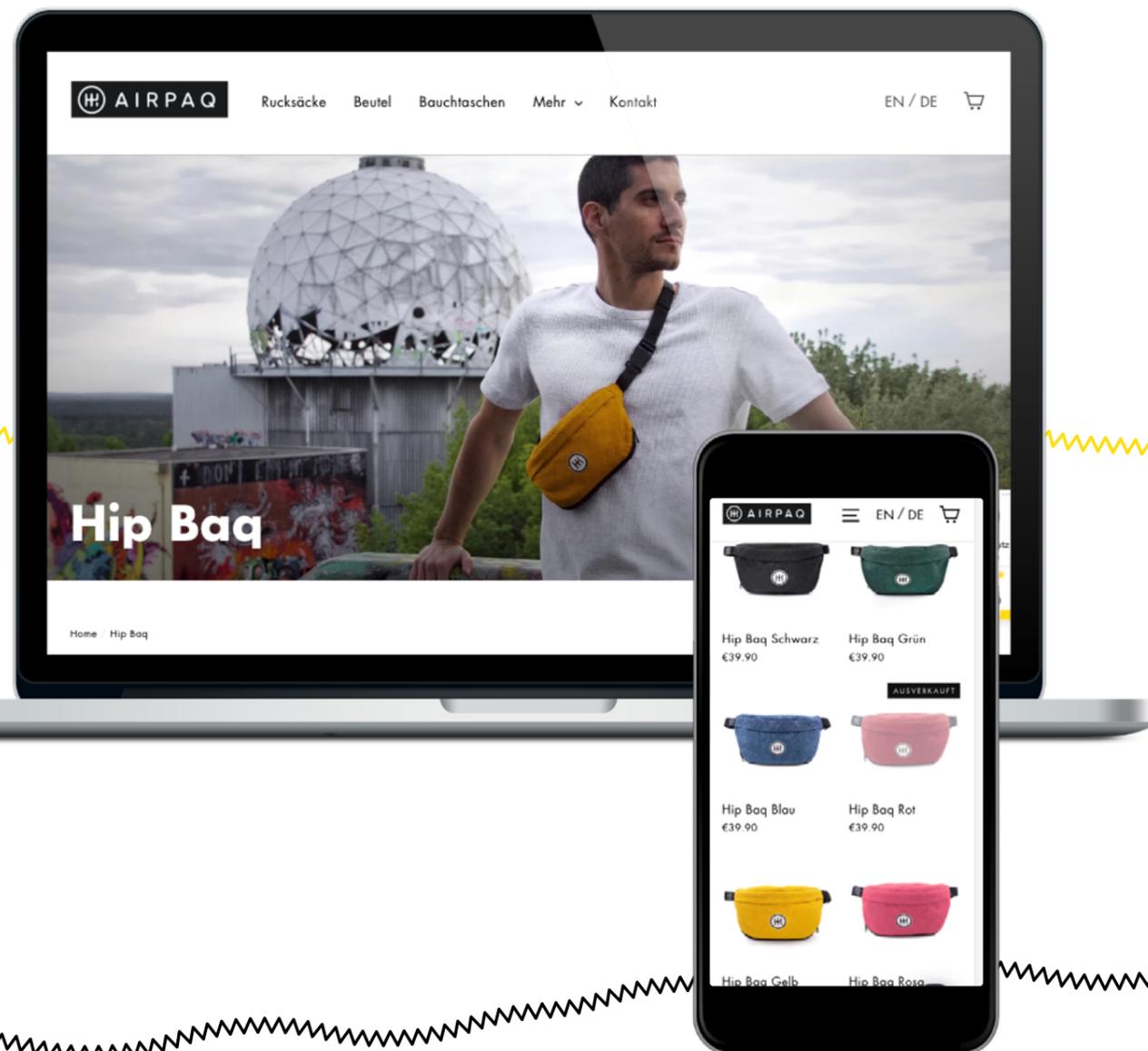
Deshalb konnte der neue Online-Shop von Anfang an einen hohen organischen Traffic verzeichnen. Was als Landingpage mit vier Produkten begann, ist nun ein funktionsfähiger und konversionsstarker Shop mit einer breiten Produktpalette geworden.



# Produktlaunch: Der Hip Baq

Der erste Erfolgsschlager von Airpaq war der Rucksack, später gesellte sich noch ein Turnbeutel hinzu.

2019 kam als drittes Produkt noch der Hip Baq, eine modische Bauchtasche, ins Angebot. Der Produktlaunch hat mehrere Etappen genommen, die wir im Folgenden vorstellen.



## Ein Mitnahmeprodukt als Köder für neue Käuferschichten

Die beiden Airpaq-Gründer sind viel auf Modemessen unterwegs und haben schnell erkannt, dass handliche Bauchtaschen aktuell im Trend liegen. Als kleines Unternehmen besitzt Airpaq die Flexibilität, auf Trends am Markt unmittelbar reagieren zu können. Für den Start reichen 500 bis 1.000 Artikel, die sich vergleichsweise einfach produzieren lassen.

Zudem spielte bei der Entscheidung für den Hip Baq eine strategische Überlegung eine Rolle: Einen Rucksack für rund 150 Euro zu kaufen, setzt bei Verbraucherinnen und Verbrauchern einen

oft langen Entscheidungsprozess voraus. Der Turnbeutel hingegen ist günstiger, hat generell aber einen kleineren Markt als der Rucksack. Daher haben die Gründer einen Bedarf für ein preisgünstiges Mitnahmeprodukt gesehen, das Kunden unkompliziert an die grundsätzliche Produktidee heranführt.

Mitnahmeprodukt ist ein Begriff aus dem Einzelhandel und bezeichnet günstige Artikel, die für Spontankäufer nah an der Kasse ausliegen. Der Hip Baq erfüllt mit einem Preis von 39,90 Euro im Online-Shop diese Funktion. Er eignet sich als Geschenk oder als Kleinigkeit, die Verbraucherinnen und Verbraucher sich selbst zwischendurch gönnen.



## Anschauliches Marketing

Zu den Überlegungen, den Hip Bag zu launchen, gehörte auch der Aspekt, dass er ähnlich wie der Rucksack einen Blickfang darstellt. Die Bauchtasche eignet sich bestens für Foto- und Videomaterial, das der Shop in sozialen Medien wie zum Beispiel auf Instagram spielt.

Neben der Nutzung eigener Kanäle gehörte auch Pressearbeit und

Zusammenarbeit mit Bloggern aus dem Bereich Nachhaltigkeit zum Produktlaunch. Hinzu kamen außerdem Online-Werbeanzeigen in sozialen Medien.

*„Es nützt nichts, einfach nur das Produkt in den Online-Shop zu laden und dann zu erwarten, dass die Leute auch kaufen, sondern man muss ganz viel Content als Vorbereitung produzieren“, fasst Adrian Goosses den Prozess zusammen.*



## Nachhaltigkeit braucht eine gute Story

Nachhaltige Produkte sind aufgrund der aufwendigeren Produktionsprozesse und der Berücksichtigung sozialer Aspekte teurer als konventionell herge-

stellte Artikel. Das ist auch bei Airpaq der Fall. Daher besteht eine besondere Notwendigkeit, Kundinnen und Kunden zu erklären, warum es sich lohnt, einen höheren Preis für einen Rucksack oder eine Bauchtasche auszugeben.

*„Wir bekommen öfter mal zu hören: ‚Das ist doch alles Abfall, wieso ist das teuer?‘ Zunächst einmal muss man selbst für Abfall was zahlen, ein Schrotthändler verdient Geld, weil er Schrott verkauft. Dann ist die Aufarbeitung der Airbags viel komplizierter als bei einem Stoff von der Rolle. Einen Stoff von der Rolle lege ich 40 Mal übereinander und nehme eine hypereffiziente Laser-Schnittmaschine, die da in industrieller Manier drüber geht. Bei uns gibt es eine Person, die den Airbag aufschneidet und sich dann anguckt, für welches Produkt das Material sich eignet. Das ist ein ganz anderer Prozess, der irgendwie bezahlt werden muss. Das muss man kommunizieren.“*

Adrian Goosses

Der Preis reflektiert also schlicht und ergreifend die höheren Kosten im Produktionsprozess. Hinzu kommt, dass Airpaq in Europa produziert und erfahrene Näher beschäftigt, die in der Lage sind, die kreativen Produktideen individuell umzusetzen.

Zudem beinhaltet die Story rund um das Produkt eine gute Portion Idealismus: Kunden wissen, dass sie nicht nur einen schönen neuen Rucksack

erstehen, sondern auch einen kleinen Beitrag zu mehr nachhaltigem Wirtschaften leisten.

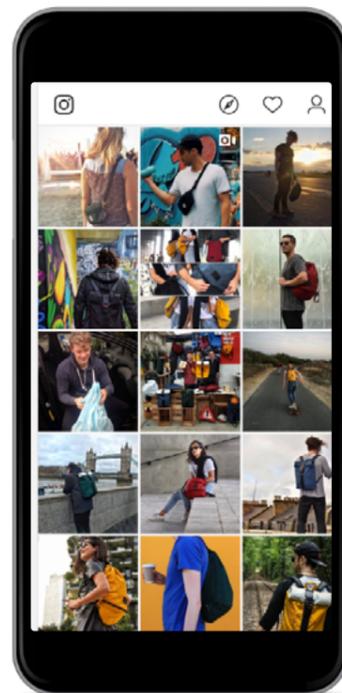
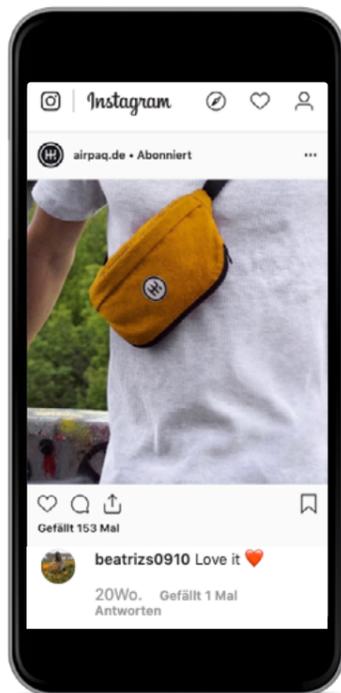
Generell rennen die beiden Gründer mit ihren Argumenten in Deutschland ohnehin offene Türen ein. Die Bio-Bewegung gibt es schon seit gut 40 Jahren und es existiert ein großer Kundenstamm, der bewusst lebt und bereit ist, für nachhaltige Produkte mehr Geld auszugeben.

# Als Unternehmen nachhaltig wirtschaften

## Gelungene Reichweitensteigerung

Schon nach wenigen Monaten am Markt stellt der Hip Bag für Airpaq einen Erfolg dar. In finanzieller Hinsicht haben die beiden Gründer zwar knapp kalkuliert, das heißt, trotz hervorragender Verkaufszahlen wirft das Produkt keinen riesigen Gewinn ab.

Allerdings hat die Bauchtauche als Einstiegsprodukt die Reichweite der Marke Airpaq enorm gesteigert. Die Shopbetreiber bekommen begeisterte Rückmeldungen in sozialen Medien und in Kundenbewertungen. So generiert der Shop neue Kunden, die dann auch hochpreisige Produkte wie den Rucksack kaufen.



Ein nachhaltiges Produkt wäre kaum glaubwürdig, wenn das Unternehmen dahinter umweltschädlich produziert oder Arbeitskräfte ausbeutet. Es gibt viele Möglichkeiten für Unternehmen, nachhaltig zu wirtschaften. Wir stellen Ihnen vor, was Airpaq macht:



### Material wiederverwerten:

Bei Airpaq liegt der größte Nachhaltigkeitsfaktor natürlich in der Geschäftsidee selbst. Die Produkte werden aus Materialien verwendet, die ansonsten im Müll landen würden, nämlich Airbags, Sicherheitsgurte und Gurtschlösser. So entsteht bei der Produktion kein neuer Müll, sondern ganz im Gegenteil verschwindet Müll.



### Zielmarktnahe Produktionsstätte:

Die Rucksäcke und Taschen werden in Rumänien produziert, wo auch das Material dafür eingekauft wird. Daher müssen die fertigen Produkte zum Absatzmarkt Deutschland nicht um die halbe Welt gefahren werden. Der Großteil der konventionellen Textilproduktion findet in Südostasien statt, sodass allein der lange Weg der Containerschiffe zu den jeweiligen Absatzmärkten bereits einen großen ökologischen Fußabdruck verursacht.



### Umweltfreundliche Büroeinrichtung:

Das gemütliche Büro in Köln-Ehrenfeld besteht zu großen Teilen aus wiederverwerteten Materialien, z.B. die Sitzmöbel. Mülltrennung und ein grüner Stromanbieter runden das Konzept ab.



### Klimaneutraler Versand:

Airpaq versendet seine Ware mit einem klimaneutralen Angebot von DHL.

## Greenwashing gilt nicht!

Bio-Produkte haben längst den Mainstream erreicht, doch was hinter all den Siegeln, Zertifikaten und schönen Geschichten steckt, ist für Verbraucher oft nicht nachprüfbar. Aus dem Grund ist es für Airpaq so wichtig, die Geschichte hinter den Produkten erfahrbar zu machen. Denn nichts ist rufschädigender bei bewusst lebenden Konsumenten als das sogenannte Greenwashing.

**Greenwashing bedeutet**, sich als Unternehmen nur deshalb ökologisch nachhaltig zu präsentieren, weil es gerade im Trend liegt, nicht aber, weil sich

dies in den realen Produktionsbedingungen tatsächlich widerspiegelt.

Wie sich an der Fridays-for-Future-Bewegung erkennen lässt, interessieren sich insbesondere junge Menschen für das Thema Nachhaltigkeit. Firmen lieben junge Menschen, um sich für die nächsten Jahre neue Käufergruppen zu erschließen. Doch wer nicht authentisch rüberkommt, wird eher das Gegenteil erreichen.

*„Ich war vor kurzem auf der Textilmesse, da kam es mir so vor, dass fast schon jeder zweite mit irgendwas Nachhaltigem wirbt. Wenn man in der Rucksack-Branche guckt, haben eigentlich alle neuen Erzeugnisse ein grünes Siegel. Vieles davon ist Fake, das ist das besagte Greenwashing, aber vieles ist sicherlich auch ehrliches Interesse.“*

Adrian Goosses

## Wie viel Grün ist grün genug?

In der Nachhaltigkeits- und Klimaschutz-Szene reichen die Standpunkte darüber, wie radikal Maßnahmen sein müssen, weit auseinander. Manche Menschen passen ihr Leben komplett diesen Themen an, wozu dann auch ein genereller Konsumverzicht gehört. Denn am nachhaltigsten sind natürlich die Produkte, die nie weggeworfen werden. Wie positioniert man sich da als wachstumsabhängiger Händler, der naturgemäß etwas verkaufen muss?

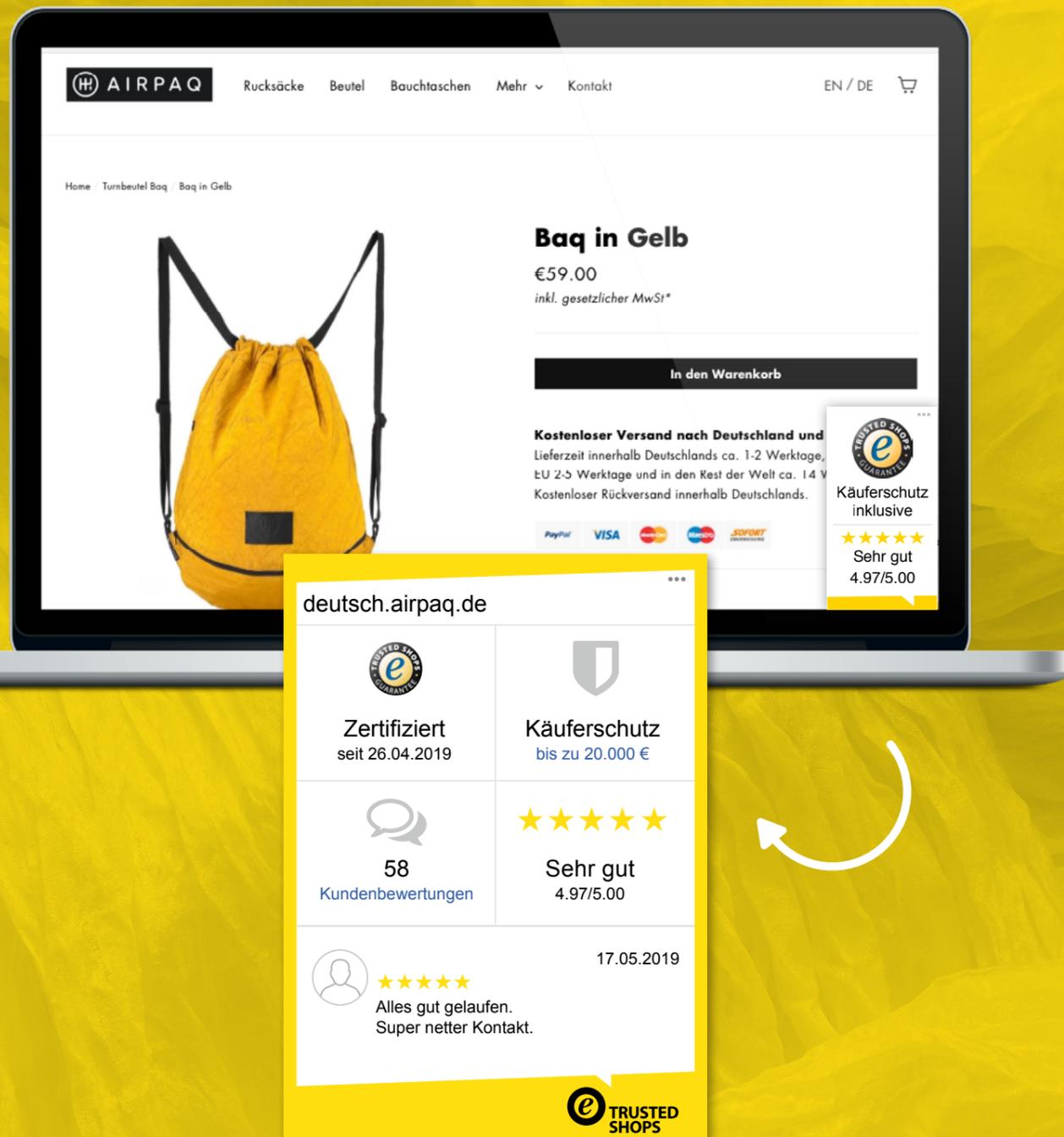
Adrian Goosses setzt auf einen Kompromiss:

*„In unserem Fall ist es so, dass die Materialien sowieso existieren. Wenn ich sie nicht zu einem Rucksack verarbeite, landen sie auf dem Schrott. Also reduziere ich mit der Weiterverarbeitung Müll und mache gleichzeitig Konsumenten glücklich. Das ist unser großes Ziel, es hinzubekommen, mit unseren nachhaltigen Produkten konventionellen Produkten den Rang abzulaufen.“*



# Nachhaltigkeit braucht Vertrauen

Wie schon erwähnt ist es bei nachhaltigen Produkten besonders wichtig, Kundinnen und Kunden die Story dahinter zu erzählen, damit das Angebot glaubwürdig überkommt. Einen weiteren Baustein, um generell Vertrauen in einen Online-Shop herzustellen, bilden Kundenbewertungen. Airpaq zeigt die Gesamtnote zusammen mit dem Trusted-Shops-Gütesiegel im Trustbadge® an.



## Guter Service gleich gute Note

Anfangs hatten die Gründer Vorbehalte, Kundenbewertungen zu nutzen, aus der Sorge heraus, diese könnten negativ ausfallen. Als neuer Händler am Markt mussten sich im Shop schließlich erst mal die Prozesse einspielen und daher bestand die Befürchtung, gleich zu

Anfang eine negative Bewertung zu erhalten.

Die Sorge hat sich allerdings schnell zerschlagen, wie Adrian Goosses erklärt:

*„Irgendwann waren wir an dem Punkt, wo wir gemerkt haben, wir bekommen eigentlich nur positives Feedback. Außerdem sind wir gegenüber unseren Kunden sehr kulant eingestellt, wenn einer unzufrieden ist, tauschen wir die Ware um. Eine negative Bewertung, die ich bekomme, kann mich viel Geld kosten, aber den Kunden glücklich machen, ist gar nicht so teuer.“*

Hervorragender Service zahlt sich für Online-Shops aus, davon zeugt auch die sehr gute Gesamtnote **von 4,97 von 5 Sternen**, die Airpaq aktuell erreicht hat. Da es sich bei Trusted Shops um ein geschlossenes Bewertungssystem handelt, also nur Kunden bewerten können, die

tatsächlich bestellt haben, besitzt die Note eine hohe Aussagekraft. Anders als in sozialen Medien ist es für notorische Hater nicht möglich, sich zu äußern, ohne sich wirklich mit dem Produkt auseinandergesetzt zu haben.

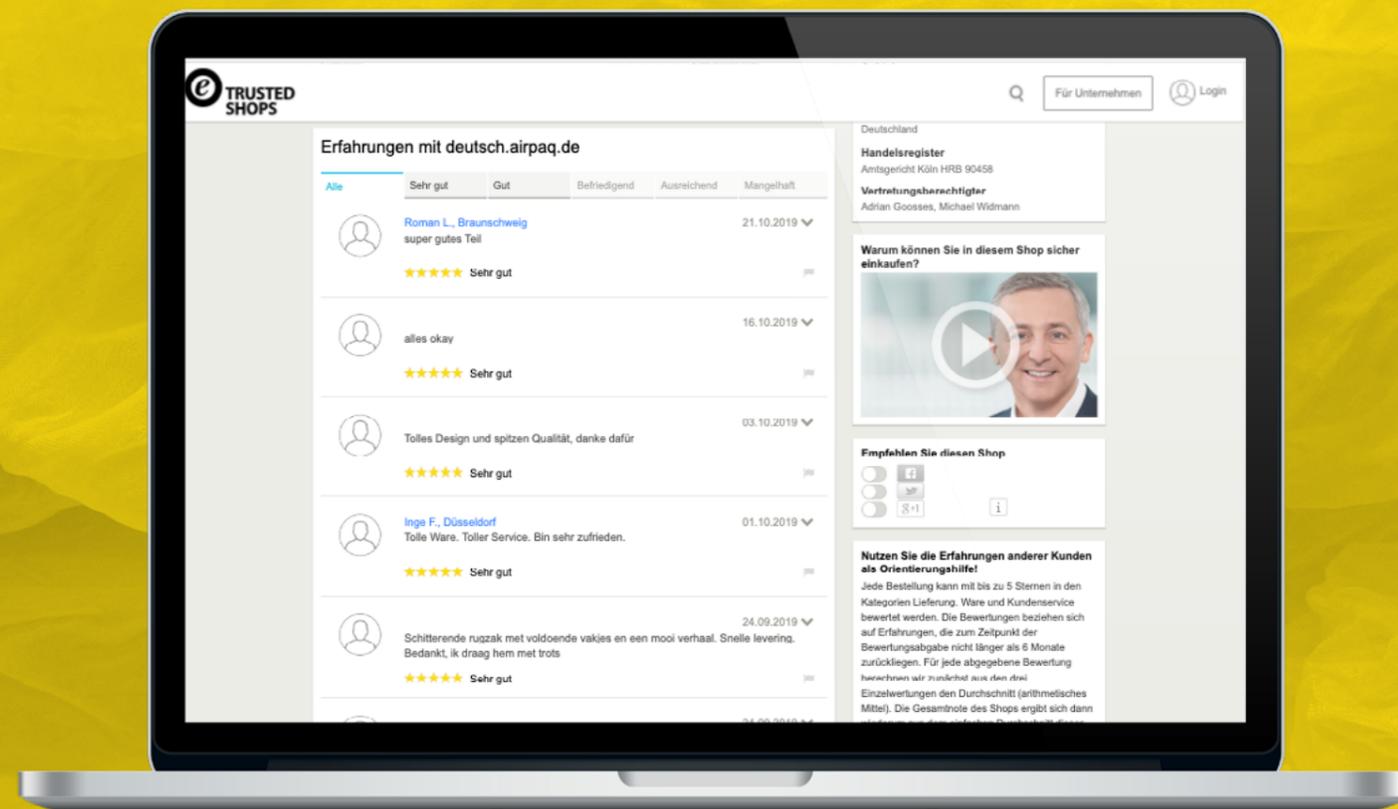
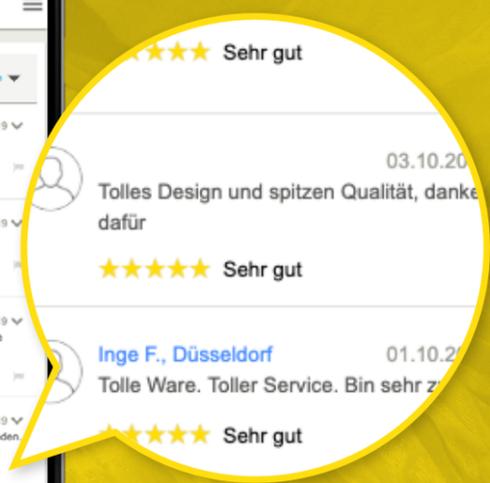
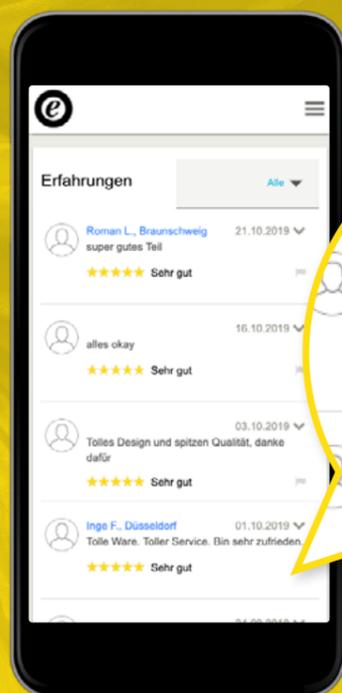
## Silver Surfern Bedenken nehmen

Modeartikel orientieren sich in der Regel am Geschmack jüngerer Menschen, jedoch sind auch die Silver Surfer, also Käuferinnen und Käufer jenseits der 50, für Airpaq relevant. Grund dafür ist die Tatsache, dass es die Öko-Szene schon 40 Jahre gibt, also Nachhaltigkeit mit-

nichten nur ein Modethema für junge Leute darstellt. Hinzu kommt, dass die Silver Surfer zumeist bewusst konsumieren und kaufkräftig sind, das heißt eine große Bereitschaft besitzen, für Qualität Geld auszugeben.

Jedoch ist es im Online-Bereich generell schwieriger das Vertrauen von Silver Surfern zu gewinnen als das von jüngeren Käuferinnen und Käufern. Letztere sind mit der Online-Welt groß geworden und hegen daher weniger Misstrauen

gegenüber digitalen Angeboten. Für Silver Surfer sind deshalb Kundenbewertungen und Gütesiegel von seriösen Drittanbietern wie Trusted Shops besonders wichtig.



*„Für uns als Marke ist es superschön, in Kundenbewertungen zu sehen, dass die Leute begeistert sind. Das motiviert uns und zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“* Adrian Goosses

# Trusted Shops steht für Vertrauen im E-Commerce

Trusted Shops ist mit über 20 Jahren Erfahrung und mehr als 30.000 Shops Europas führende Vertrauensmarke im E-Commerce. Mit dem Trusted Shops Gütesiegel zeigen Online-Shops, dass sie strenge Qualitätskriterien erfüllen – auch über gesetzliche Bestimmungen hinaus.

Dazu gehören u. a. der verantwortungsvolle Umgang mit sensiblen Daten und ein verlässlicher Kundenservice. Der Trusted Shops Käuferschutz ermöglicht Shopping ohne finanzielles Risiko. Shop- und Produktbewertungen sorgen für maximale Transparenz und werden auf Echtheit geprüft.



Käuferschutz  
inklusive

★★★★★  
Sehr gut  
4.97/5.00



---

# Join the Community of Trust

Kundenbewertungen, Gütesiegel, Käuferschutz und vieles mehr: Seit 1999 sorgt Trusted Shops mit einzigartigen Online-Lösungen für echtes Vertrauen in der digitalen Welt. Mit bereits über 32.000 Online-Shops und mehr als 40 Millionen Consumer-Mitgliedschaften bildet die stetig wachsende Community of Trust ein starkes Netzwerk in ganz Europa.

**Jetzt Kontakt aufnehmen**

 +49 2 21 7 75 36-58

 [sales@trustedshops.de](mailto:sales@trustedshops.de)



© Trusted Shops SE • Subbelrather Straße 15c • 50823 Köln, Deutschland  
Amtsgericht Köln, HRB 120336

Vertretungsberechtigter Vorstand: Jean-Marc Noël (Vorsitzender), Michael Burdack

Vorsitzender des Aufsichtsrates: Ulrich Hafenbradl

Inhaltlich verantwortlich: Jean-Marc Noël

Alle Rechte vorbehalten • Bilder unter Lizenz von Shutterstock.com verwendet