

SMARTE SCHNEEBRETTER AUS STUTTGART: ZWEI FREUNDE PRODUZIEREN SNOWBOARDS MIT GREIF

HALB IN DER LUFT, HALB AM BODEN



Der Wirtschaftsstandort Stuttgart wird im Zusammenhang mit Daimler, Porsche und Co. oft zitiert. Abseits dieser Platzhirsche gibt es aber auch junge, kreative und risikobereite Firmen, die weder Kosten noch Mühen scheuen, um ihre Ideen zu verwirklichen.

Das beste Beispiel dafür sind die beiden Freunde Georg Bouché und Stefan „Steff“ Hartig, die mit ihrer Firma Schneebrett unermüdlich an ihrem Projekt „Snowboards made in Germany“ arbeiten. Den Aggregatzustand einer Idee hat Schneebrett längst hinter sich gelassen, mittlerweile ist es eine Marke geworden.

Bouché sitzt mit einer großen Tasse Tee inmitten von Snowboards, Kapuzenpullis, T-Shirts und Flyern in seinem Wohnzimmer im Stuttgarter Süden. Im Fernsehen hinter ihm

springen junge Snowboarder verschneite Hänge hinunter, und er erzählt von den Anfängen des gemeinsamen Projekts. Freunde sind Steff und Georg seit der Schulzeit, Snowboard fahren sie seit fast zwei Jahrzehnten und beide machen schon länger „was im Kaufmännischen“, wie Bouché sagt. Sie kennen sich aus und bringen die nötige Leidenschaft für den Sport mit.

An Weihnachten 2011 hatte Hartig die Idee, eine eigene Snowboardmarke zu schaffen. Bouché war gleich begeistert. Zwei Jahre, einen Kredit und unzählige Arbeitsstunden später, hielten die beiden im September 2013 ihre ersten Boards in den Händen: „Das ist ein Wahnsinnsgefühl“, lacht Bouché.

Farbrausch, Other Side, Early Bird oder Diamond Eyes heißen die Modelle, die in verschiedenen Größen und einer Limitierung von insgesamt 400 Stück erhältlich sind.

Für jede Vorliebe und jedes Geschlecht ist ein Schneebrett ab etwa 400 Euro zu haben. „Die Boards sind im Sandwichmodell, das heißt Schicht auf Schicht mit Vollholzkern, entstanden“, erklärt der Jung-unternehmer. „So sind sie flexibler und stabiler als die in Form geschäumten Boards vieler Hersteller“.

Gut für die Jungs: Sie konnten einen erfahrenen Snowboardbauer für ihre Sache gewinnen. Produziert wird in Deutschland, verwendet werden ausschließlich leichte, regionale und umweltschonende Materialien wie Holz oder Karbon. Umweltschutz und Regionalität sind ihnen wichtig, deshalb werden auch die Pullis, Mützen und T-Shirts, die sie unter dem Schneebrett-Logo vertreiben, nachhaltig gefertigt und in Deutschland bedruckt. „Wir sind halt Stuttgarter“, sagt Bouché. Auch, wenn Hartig der Liebe wegen inzwischen in Cottbus wohnt.

In Stuttgart und Umgebung sind die Schneebretter etwa bei Kollektiv Sports in S-Mitte, Jocks Sports in Sindelfingen oder Brett-à-Porter in Tübingen erhältlich. Die beiden Gründer setzen als Digital Natives auch auf YouTube-Kampagnen und nutzen „Helden“-Sponsoring, wobei Snowboarder von Schneebrett ausgestattet werden und dafür ihre Videos ins Netz stellen.

Dennoch setzen sie auf Händler aus der Region statt auf Onlineshops, betont Bouché: „Uns ist wichtig, dass die Kunden zum Händler ihres Vertrauens gehen. Der kennt ihre Bedürfnisse und kann sie richtig beraten“.

So schön sich das auch alles anhört, Hartig und Bouché bleiben trotzdem realistisch. „Geld verdienen ist natürlich nicht leicht“, meint Bouché. Man müsse immer am Ball bleiben, Trends verfolgen, Risiken beachten und trotzdem aufgeschlossen sein. Momentan wird auch schon fleißig am Design für die Saison 2015/16 gearbeitet. Ideen gibt es bereits, einen Wettbewerb für Nachwuchs-Designer

haben sie zusätzlich ausgeschrieben. Dann bleibt eigentlich nur die Frage, was es mit dem Greif als Logo auf

sich hat. „Das ist einfach“, sagt Bouché, „er lebt halb in der Luft, halb am Boden.“ Genau, wie ein Snowboarder.

David Skrinjar

[www.schnee-brett.de]

STABILIER UND FLEXIBLER ALS ANDERE BOARDS