Das Atelier für Dosenkavaliere

von Beate Bößl, IHK

Ein gekonnter Schlag – und aus einem Stück Blechdose wird ein glänzendes Dekoplättchen, das später in Ringen oder Anhängern von innen von Magneten festgehalten wird. Erfinder des Wechselschmuckes sind Carola Bauer und Dietmar Sebastian. 2004 haben die Osnabrücker nach einer Idee gesucht, um auf neue Zielgruppen zuzugehen. Angekommen sind sie im Online Zeitalter. Und bei sich selbst. Die Geschichte von Zweien, die sich mit ihrem „Faible for Label" beruflich neu erfunden haben.

„Es war schon viel Glück dabei, uns durchzusetzen", sagen die Goldschmiedin und der Dipl.-Designer, „oder Schicksal". Das lichtdurchflutete Hinterhofatelier an der Heinrichstraße jedenfalls, es kam vor wenigen Jahren noch nicht in ihren Plänen vor. Dass sie von hier aus ein Netz von über 100 Händlern betreuen würden, dass das Internet zu ihrem wichtigsten Kommunikationsmittel werden soll oder dass sie selbst darüber bestimmen können, ob und wie schnell sie wachsen wollen: „So etwas kann man nicht planen. Aber wir waren innovativ und haben den Zeitgeist getroffen."

Die Ausgangslage: Bis 2007 – und 22 Jahre lang – hatte Dietmar Sebastian das gleichnamige Atelier am Markt. Vis à vis zur Marienkirche stellte er Edles für einen Käuferkreis her, der Lust auf Individualität und die finanziellen Mittel dazu hatte. Dennoch reifte der Gedanke, etwas für junge Leute anzubieten, denen die bisherigen Arbeiten oft zu teuer waren. Als Prototypen der heutigen „Faible for Lable"-Produkte entstanden 2003 die ersten, damals noch von Hand gefertigten Silberringe. Als kreisrundes Dekor trugen sie die Erkennungszeichen bekannter Marken: Das tiefe Blau von Nivea. Das geschwungene Rot-Weiß des Coca Cola-Schriftzuges. Die Sorge, treue Kunden würden ihnen den Abstecher in die Leichtigkeit übel nehmen, war unbegründet. Im Gegenteil: Der Einfall zündete, tat dies aber weiterhin vor allem beim Stammpublikum. Ein eigener Shop in einem Osnabrücker Modehaus sollte Flächenwirkung schaffen. „Im Nachhinein war diese Aktion zeit- und kostenaufwendig, da wir uns die Standbetreuung teilten und zusätzliches Personal brauchten", sagt Carola Bauer. Im Jahr 2007 fiel der Entschluss zu einem radikalen Schnitt und

Lust auf Individualität. Carola Bauer und Dietmar Sebastian haben sich mit ihrem „Faible for Label" beruflich neu erfunden.

einem Neuanfang in Berlin. Die neue Schmuckidee reiste mit, steckte aber weiter in den Kinderschuhen.

Zum Glück zurück: Osnabrück kann die bessere Hauptstadt sein. Statt sich über viele Jahre und nur möglicherweise in Berlin zu etablieren, zog es das Paar Ende 2008 wieder zurück. „Wir haben damit den richtigen Schritt getan", erklärt Dietmar Sebastian, denn: „‚Faible for Label' wäre immer nur am Rande gelaufen. So aber konnten und wollten wir unsere ganze Energie in das Projekt stecken". Als erstes wurden dazu die Fäden, die man bereits mit dem Schmucklabel gespannt hatte, enger gezogen und wurden Messen besucht – „von Beginn an liefen wir offene Türen ein, das hat einfach Spaß gemacht". Parallel zum Internetauftritt entstand ein Händlernetz. 50 waren es 2009, weitere 50 kamen 2010 hinzu. Partner sind vorwiegend Goldschmiede, gefolgt von Geschäften für Accessoires. In Osnabrück ist man noch immer in einem Modehaus präsent. Nun allerdings, sozusagen als Untermieter, bei einem Juwelier. Durch die stark gestiegene Nachfrage wurde 2010 eine erste Mitarbeiterin im Vertrieb eingestellt. Auch die Schmuckstücke wurden neu durchdacht: Das Design für die jährlichen Kollektionen entsteht in Osnabrück, während der Schmuck inzwischen außerhalb produziert wird. Im Atelier fügen Carola Bauer und Dietmar Sebastian dann in Handarbeit die Magnete ein und stanzen die Dekoplättchen aus, die später beliebig abgenommen und getauscht werden können. Genau diese Möglichkeit, nämlich Dekore wechseln zu können, sorgt für eine enge Kundenbindung.

Abgewickelt wird der Schmuckverkauf vom Atelier aus über das Internet. So groß ist das Interesse, dass wöchentlich neue Muster eingestellt werden. „Früher haben wir manchmal viele Kekse gekauft und gegessen, wenn wir bestimmte Dosendekore haben wollen", lächeln die Inhaber. Auch hier sind sie heute entspannter: „Was weg ist, bekommt im Internet den Button ‚ausverkauft'".

Die Vorsätze für 2011: Im neuen Jahr soll „Faible for Lable" weiter wachsen. Optimistisch stimmt dabei vor allem der Kontakt zu einer Firma, die Bleche hochwertig und nach Wunsch bedrucken kann. Die Osnabrücker sehen darin großes Potenzial, um neue Kundenkreise zu erschließen, die den Schmuck etwa in Werbe- oder Tourismuskampagnen einbinden möchten.

Anders gesagt: All diejenigen, in deren Corporate Design bislang keine Blechprodukte vorkamen, können sich ihre Label und Wahrzeichen nun auf Metall prägen lassen. Per Geschenk zum Dosenkavalier zu werden, wird damit ganz einfach. ■

www.faible-for-label.de

- Anzeige -

+++ Rechtstipp +++ Rechtstipp +++ Rechtstipp +++ Rechtstipp +++ Rechtstipp +++

Haftungsrisiken für GmbH-Geschäftsführer

Geschäftsführer tragen ein hohes persönliches Haftungsrisiko. Neben der Verantwortung gegenüber dem Fiskus für Steuerverbindlichkeiten (vgl. dazu Rechtstipp 01/2010) gibt es eine Fülle weiterer Haftungsrisiken. Zudem zeigen Gesetzgebung und Rechtsprechung eine gewisse Tendenz zur Verschärfung der Organhaftung. Stichwortartig seien in diesem Zusammenhang nur die weitreichenden Vorgaben des Gesetzes zur Modernisierung des GmbH-Rechts und zur Bekämpfung von Missbräuchen (MoMiG) sowie des Gesetzes zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG) genannt.

Der Geschäftsführer haftet insbesondere der GmbH auf Schadensersatz, wenn er die „Sorgfalt eines ordentlichen Geschäftsmannes" außer Acht lässt. Für diesen Sorgfaltsmaßstab sind z. B. Art, Größe und Situation eines Unternehmens oder die wirtschaftliche Bedeutung einer Geschäftsführungsmaßnahme maßgeblich. Persönliche Eigenschaften und Umstände des Geschäftsführers wie Alter, Erfahrungsschatz, (Branchen-)Kenntnisse, Arbeitsüberlastung etc. bleiben dagegen unberücksichtigt. Die Rechtsprechung ist bei der Haftungsinanspruchnahme eines Geschäftsführers nicht zimperlich. So nahm sie einen Geschäftsführer in Haftung, der nicht bemerkt hatte, dass einer seiner Mitgeschäftsführer Schecks veruntreute. Weiter kommt bspw. die Haftung eines Geschäftsführers in Betracht, der fällige Forderungen der Gesellschaft nicht geltend macht, noch nicht fällige Schulden der Gesellschaft begleicht oder die Zahlungsverpflichtung der Gesellschaft bei der Begleichung von Rechnungen nicht prüft.

Glücklicherweise lässt sich das Haftungsrisiko des Geschäftsführers meist erheblich begrenzen. Denkbar ist der Abschluss einer Haftungsbegrenzungsvereinbarung. Diese Vereinbarung kann sich auf die Haftungssumme beziehen (z. B. Festlegung einer Obergenze von 50.000,00 EUR) oder Ausschlussfristen für die Geltendmachung von Ansprüchen vorsehen. Außerdem sollte der Geschäftsführer unternehmerische Entscheidungsprozesse sorgfältig dokumentieren. Nur so kann er nachweisen, dass sich eine Entscheidung im Rahmen des ihm eingeräumten Ermessensspielraums hält. Zudem sollte der Geschäftsführer alljährlich in der ordentlichen Gesellschafterversammlung auf seiner Entlastung bestehen. Diese „Freizeichnung" schützt ihn vor Schadensersatzansprüchen, soweit der betreffende Sachverhalt aus den Geschäftsunterlagen zu entnehmen oder den Gesellschaftern bekannt ist. Sinnvoll kann auch die schriftliche Vereinbarung einer Ressort- bzw. Geschäftsverteilung sein. Schließlich lassen sich viele Managementrisiken über eine auch hierzulande stetig beliebter werdende D&O-Police auffangen.

Dr. Rolf Kreimer

Dr. Rolf Kreimer
Rechtsanwalt, Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht
WMS RECHTSANWÄLTE
www.wms-recht.de