

UNIVERSITÄT

Kleidung schützt bedrohte Tiere

Start-up aus Gießen geht ungewöhnliche Wege, um am hartumkämpften Markt zu bestehen

GIESSEN (red). Mithilfe einer Crowdfunding-Kampagne können Menschen über Online-Plattformen die verschiedensten Projekte unterstützen und erhalten dafür ein Dankeschön vom jeweiligen Projekt. Diesen Weg hat auch das Mode-Start-up **Espero** aus Gießen eingeschlagen, um zusätzliches Kapital für die Weiterentwicklung seines Projekts einzuwerben.

Über 70 Menschen haben das Projekt auf diese Weise unterstützt. „Wir sind superstolz darauf, dass unsere Kampagne bei den Menschen so gut ankam und sie unser Projekt zum Artenschutz auf diesem Weg unterstützt haben. Das ist für uns keineswegs selbstverständlich“, so der Gründer **Tim Weinel**.



Unsere größte Herausforderung liegt darin, überhaupt erst einmal gesehen zu werden und uns gegen die großen Player durchzusetzen.

Tim Weinel, Jungunternehmer

Espero ist bereits seit August 2020 aktiv am Markt. Das Besondere des jungen Start-ups? 25 Prozent des Überschusses von jedem einzelnen Kleidungsstück gehen an Projekte zum Schutz von Tierarten, die vom Aussterben bedroht sind. Das sind im Schnitt über 7 Euro je Bestellung. Kunden erkennen dabei im Online-Shop ganz transparent, welche Organisation mit dem jeweiligen Kleidungsstück unterstützt und welche Tierart auf diesem Weg geschützt wird. Über 2000 Euro haben die Kunden durch die Wahl ihrer Kleidung so bereits zum Artenschutz beigetragen. „Wir nennen das Impact-Fashion. Unsere Kleidung

kann mehr, weil wir sie völlig neu gedacht haben. Sie wird nicht nur fair und nachhaltig produziert, sie schützt auch automatisch Tiere vor dem Aussterben. Das Ganze ist ein Herzensprojekt von mir. Jeder Mensch hat so die Möglichkeit, diese Tiere mit etwas zu schützen, das doch ohnehin jeder von uns braucht“, so Weinel.

Mit dem erworbenen Kapital soll das Label nun weiterentwickelt werden, um mehr Menschen zu erreichen und so noch mehr für den Schutz der bedrohten Tierarten tun zu können. Unter anderem ist geplant, die Kleidungsstücke zukünftig zu labeln, um auf diesem Weg auch den Einzelhandel erschließen zu können und neue Kleidungsstücke zu entwickeln.

Über diesen Weg möchte sich das Start-up als echte Alternative auf dem hart umkämpften Kleidungsmarkt etablieren und stärker wahrgenommen werden.

„Unsere größte Herausforderung liegt darin, überhaupt erst einmal gesehen zu werden und uns gegen die großen Player durchzusetzen. Dabei sind wir für jede Idee und Unterstützung dankbar“, sagt der Gründer. Dass das Jungunternehmen seine Einnahmen lieber in den Tierschutz als in Werbemaßnahmen steckt, sei für sie zwar selbstverständlich, mache die Situation aber nicht einfacher. Alle Personen, die die Kampagne unterstützt haben, erhalten nun in den nächsten Wochen ein persönliches Dankeschön. Unter anderem standen exklusive Kleidungsstücke zur Auswahl, die es so bei Espero selbst gar nicht zu kaufen gibt. Ob sie künftig dann auch für jeden über den Shop zur Verfügung stehen, werde sich in der Produktion noch zeigen, so Weinel. Die Nachfrage danach sei derzeit aber definitiv vorhanden.



Mit Ketten und Bändern wird der Kopf des

Kopf

Im Landesmuseum wird das

Von Stefan Benz

DARMSTADT. Pressekonferenz im Großen Saal des Hessischen Landesmuseums: Fotoapparate, Handys und Videokameras sind auf den Hauptdarsteller gerichtet. Und jetzt starren dem Star alle auf den Hintern. Gerade fixieren Präparator **Mario Drobek** und sein Team den Schwanz mit Imbuschüsseln. Einige der gut zwei Dutzend Wirbel sind etwas schief, müssen noch gerade gerichtet werden. „American Heiner“ aber bleibt bei all dem Medien-Trubel eiszeitlich cool.

Wenn man 14000 Jahre auf den blanken Rippen hat, dann ist man als Skelett eben stoisch. Und „Peale's Mastodon“, das ab 25. März im Mittelpunkt der Ausstellung

