



MODE

Das Label Hansekind

Umweltfreundliche Kollektionen von Möbeln, Spielzeug, Kleidung und Accessoires für Kleine aus der Hansestadt Hamburg kommen groß raus.



Hansekind im Levantehaus Hamburg.



Spieltrapeze aus Biostoffen. FOTOS: RUFF



Kleine Helferlein für den Kinderalltag.



Hansekind-Erfinderin Constanze Samson.

VON ANJA WERNER

Auf ihren nackigen Füßen stehen zwei süße kleine Racker im Strandsand. Ohne Worte schauen sie auf dem Katalog-Cover aufs Meer. Eingehüllt in flauschige, weiße Bademäntel, die hellblau karierte Stoffbordüren und ein aufgesticktes Boot mit blauem Rumpf und roten Segel zieren – dem Label von Hansekind. Einer hochwertigen, maritimen und umweltfreundlichen Kollektion von Möbeln, Spielzeug, Kleidung und Accessoires für die Kleinsten – von der Erstausstattung bis zum vierten Lebensjahr, bei Möbeln bis zum Teenageralter.

„Für mein Kind nur das Beste“ – das sagte sich Constanze Samson während ihrer ersten Schwangerschaft noch während ihres Modedesign-Studiums. Das beste Bett, den

besten Strampler, das beste Spielzeug – mit Blick auf Qualität, Umweltverträglichkeit und Optik. Doch für diesen Anspruch fehlten die Angebote – deshalb wurde die Hamburgerin selbst aktiv. „Es gab nur eine sehr bunte, einheitliche Kindermode, die über Jahre kaum neue Trends setzte“, erinnert sich die Unternehmerin, die mit ihren schlicht schönen Kreationen in Hellblau, Rosé und hellem Beige offensichtlich in eine Marktlücke stieß.

Mit einem Babybett, das die gelernte Fassmalerin für ihren ersten Sohn herrichtete, wurde das Label Hansekind geboren. Es steht für maritime Werte wie Freiheit, Fernweh, Meeresfrische und Weltoffenheit – wie Hamburg. Dem Bett folgte die Grundausstattung für Neugeborene. Schon nach

wenigen Jahren ist die breite Palette der komplett von Constanze Samson entworfenen Produkte weltweit beliebt, wird zu Stückzahlen von mehreren Tausend in Europa hergestellt und ist bundesweit in den besten Kaufhäusern erhältlich – vom Kade-We in Berlin bis zum Alsterhaus in Hamburg. In der Hansemetropole hat Constanze Samson seit einigen Jahren auch ein eigenes Geschäft, im Levantehaus an der Mönkebergstraße. Zu den Stammkunden zählen auch Promi-Mütter und -Väter wie Barbara Schöneberger, Matthias Schweighöfer oder Verona Poth. Namhafte Hotels wie das „Vier Jahreszeiten“ betten ihre kleinsten Gäste auf Stoffe von Hansekind.

Lampen mit aufgestickten Segelbooten, schadstofffreie Rasseln, Bettwäsche und

Latzhosen mit dem gestickten Spruch „Willkommen an Bord“ oder Spieltrapeze aus Biostoffen sind nur wenige Produkte des umfangreichen Katalogs. Darin finden sich auch Alltags-Helfer wie kleine Kühlbeutelchen gegen Sturzschwellungen oder die Bauchweh-Ambulanz – ein Körnerkissen im Firmen-Design, bestickt mit einem Feuerwehrauto und der Telefonnummer 112.

Alle Prototypen hat Constanze Samson selbst genäht und an ihren eigenen Kindern getestet. „Unpraktische, nicht alltagstaugliche oder gar gesundheitsgefährdende Produkte gibt es bei Hansekind nicht“, sagt die Frau, die nie eine Selbstständigkeit im großen Stil geplant hat. „Ich wollte arbeiten, es gab Marktlücken und die Selbstständigkeit ist die beste, flexibelste Art, Familie und Beruf unter einen Hut zu bekommen.“

Hochwertige Produkte müssen laut Samson ihren Preis haben, wenn ihre Rohstoffe aus dem Öko-Anbau kommen und nicht durch Kinderarbeit in der Dritten Welt produziert werden. Die Hansekind-Produkte haben das Öko+-Tex Zertifikat, seit 2011 bietet die Designerin eine eigene Bio-Baumwoll-Serie mit dem Gots-Siegel (Global Organic Textile Standard) an, das einen pestizidfreien Bioanbau der Baumwolle sowie einen verantwortungsvollen Umgang mit den Mitarbeitern garantiert. Dennoch gibt es im Geschäft und Katalog schöne Geschenke für weniger als 20 Euro. „Ganz bewusst produzieren wir nicht nur für Reiche. Mein Ziel ist, dass möglichst viele Kinder mit Blick auf Kleidung, Spielzeug und Möbel einen so guten Start ins Leben haben wie meine eigenen“, sagt Constanze Samson. Ihre heute acht und elf Jahre alten Jungs sind stolz auf den Erfolg ihrer Mutter, den sie durch ihre Geburten ausgelöst haben. „Ich frage meine Jungs bei jedem neuen Produkt nach ihrer Meinung, die mir viel wert ist. Gewinn-Beteiligungen wie schon mal gefordert, gibt es aber nicht.“

Die kreative Mutter sprudelt nur so vor neuen Ideen: Bilder, Tapeten, Holz-Spielzeuge oder die Erweiterung der Kollektionen um die Farben Rot und Dunkelblau. Hellblau bleibt aber der Renner. „Diese Farbe ist immer am schnellsten vergriffen, obwohl es nicht mehr Jungen als Mädchen gibt.“ Dafür gibt es im Geschäft von Constanze Samson fast ebenso viele Männer wie Frauen, die Babysachen kaufen. „Der kernige, maritime Name lässt die Hemmschwelle im Vergleich zu anderen Babygeschäften wohl sinken“, vermutet die Hansekind-Mutter. Das soll künftig auch bei weiteren Geschäften geschehen, die in Großstädten – darunter Düsseldorf und München – geplant sind. Die aus einer Schwangerschaft geborene Erfolgsgeschichte wird also fortgeschrieben. ●