



Im Sitzen durchstarten



Text Nicole Knaupp
Fotografie haraldschaack.com; vetsak

Als Student treibt Max Gansow die Idee an, ein Start-up für innovative Sitzsäcke zu gründen: vetsak. *Zwölf Jahre später streckt das Unternehmen seine Fühler in Richtung USA und Fashion-New-Luxury-Markt aus. Über die Herausforderung, eine Vision in ein Business zu verwandeln.*

Wer sich zum ersten Mal in einen unserer Sitzsäcke fallen lässt, kann sich ein freudiges Lächeln nicht verkneifen“, verspricht Max Gansow, CEO und Co-Gründer von vetsak. Und tatsächlich: Das erste Einsinken gleicht dem Fall in eine Wolke. „Genau dieser Wow-Effekt ist das Fundament unseres Unternehmens“, sagt Gansow. „Ein Wow-Effekt vom ersten Moment an, in dem der Kunde das wolkenweiche Sitzgefühl erlebt, bis hin zum Kundenservice, der den Online-Kauf all unserer Loungemöbel begleitet.“ Zugleich machen die von modischen, weichen, abnehmbaren und waschbaren Bezügen umhüllten Stoffkissen ihrem Namen alle Ehre: Sie sind im besten Sinne voluminös – so wie es der Name vetsak bewusst pointiert suggeriert.

Die Idee kam beim Auslandsstudium

Die Vision, das voluminöse Wolken-Feeling nach Europa zu bringen, hatte Max Gansow 2011. Als International-Business-Student verbrachte er damals ein Auslandssemester in Kapstadt. Dabei lernte er Ryan Buda kennen. Der Designer hatte einen Sitzsack kreiert, der nicht mit den üblichen Styroporkügelchen, sondern mit einem innovativen ...



[links] Max Gansow, CEO und Co-Founder von vetsak, hatte schon früh die Intention, sich als Unternehmer selbstständig zu machen. Vorbild war sein Großvater Robert Gansow, der nach dem Krieg in Bergkamen in NRW ein Unternehmen für Reinigungsmaschinen gründete.



[links] Komfort trifft Design: vetsak hat sich zur Aufgabe gemacht, beides zu vereinen.

... Schaumstoff, sogenanntem Memory Foam, gefüllt war. Der Effekt: ein wesentlich komfortableres Sitzgefühl und langlebigere Produkte.

Zurück in Deutschland, begeisterte der damals 24-jährige Gansow seinen Schulfreund Marco Heimann für die Idee, hochwertige, superbequeme Sitzsäcke herzustellen und zu verkaufen. „Zunächst überprüften wir natürlich die Geschäftsidee und analysierten den Markt. Bei einem gemeinsamen Aufenthalt in Kapstadt beschlossen wir, unser Dreier-Know-how zu bündeln und die Produkte unter dem Namen vetsak auf den europäischen Markt zu bringen“, erinnert sich Gansow. „Von Beginn an zielten wir darauf ab, das Nonplusultra zu schaffen. Unsere Sitzsäcke lassen sich nicht mit den Modellen der Konkurrenz vergleichen. Wir besetzen eine Nische im New-Luxury-Segment des europäischen Marktes.“

Ein rundes Gesamtpaket

Zwölf Jahre nach der Gründung blickt das Trio auf ein global agierendes E-Commerce-Unternehmen mit 30 Beschäftigten in Südafrika und 40 Mitarbeitenden in Europa. Einen Teil des Erfolgs macht bestimmt aus, dass Gansow und sein Team sich nicht nur auf die Produkte selbst verlassen haben: Neben den markanten Sitzsäcken gibt es ein umfassendes Servicepaket für die Kunden. Dazu zählen ein 30-tägiges Probessitzen, schnelle Lieferzeiten, kostenloser Versand innerhalb der EU und eine fünfjährige Garantie. Neben den Sitzsäcken hat vetsak seit 2020 sein Angebot um ein modulares Lounge-Sofa erweitert, mit dem Gansow den Sofamarkt umkrempeln will. „Wir wollten die Customer Experience im Sofamarkt grundlegend verändern, der generell durch lange Lieferzeiten gekennzeichnet ist“, erklärt Gansow. Das Sofa von vetsak sieht dagegen nicht nur schnelle Lieferungen und eine einfache, werkzeugfreie Montage vor, sondern ist auch dank innovativer Verpackungstechnologien umweltschonend und nachhaltig.

„Um dieses Käuferlebnis zu ermöglichen, startete die Produktentwicklung nicht wie üblich mit dem Design des Sofas, sondern mit dem Konzipieren der Versandbox“, so Gansow. Patentierte Verpackungstechnologien ermöglichen es, das Sofa komprimiert zu versenden, was in Europa eine Neuheit darstellt. Diese Methode soll Ressourcen sparen und zugleich die Lieferzeiten kurz halten.



Für angehende Gründer Tipps von Max Gansow

- 01 → Anfangen
- 02 → Die passenden Mitgründer finden – zusammen ist es immer einfacher, den Kopf wieder hochzubekommen
- 03 → Zuerst Bootstrappen, um effektiv wirtschaften zu können
- 04 → Frühzeitig ein Netzwerk aufbauen, um Probleme schnell zu lösen

Kanälen wie Instagram, wo das Unternehmen fast 500.000 Follower hat. Nicht zuletzt helfen dort Prominente wie Rapsänger Cro als Testimonials, das Wolken-Feeling neuen Zielgruppen schmackhaft zu machen und die Marke aufzuladen.

Expansion und Neuorientierung

Die Strategie von vetsak geht auf. Die Zeichen stehen auf Expansion – in neue Produkte und neue Märkte wie die USA und die Positionierung im Bereich des Fashion New Luxury. Für diese strategische Neuausrichtung hat sich das Unternehmen prominente Unterstützung aus der Modebranche geholt. Seit Herbst 2023 ist Dirk Schönberger als Chief Brand Officer an Bord. Der Modedesigner hat bereits als Kreativchef für den Sportartikelhersteller Adidas und die Luxusmarke MCM gearbeitet.

„Startschuss ist unsere Kollaboration mit dem italienischen Modelabel ASPESI“, erklärt Gansow. „Sie beinhaltet unter anderem Sofas aus recycelten Nylon-Pufferjacken und dekorative Toys.“ Mit der Integration von Schönberger in das Team will vetsak nicht nur seine Ambitionen im Modemarkt unterstreichen, sondern auch seinen Anspruch, sich als globale Lifestyle-Marke zu etablieren und die Visionen weiter voranzutreiben – und das nach der ersten Vision vor 13 Jahren.

Bootstrapping – solide Basis für nachhaltiges Wachstum

Die Finanzierung stellte für vetsak wie für jedes Start-up eine Herausforderung dar. Schließlich braucht ein Produkt-Start-up – im Gegensatz zu einem digitalen Unternehmen – ein gut gefülltes Warenlager, das im Voraus finanziert werden muss. Mit steigenden Absatzzahlen sollte dann auch das Lager mitwachsen. Das benötigte Kapital erarbeiteten sich die Gründer anfangs in Zeitarbeit bei einer Versicherungsgesellschaft. Auch Gansows Eltern leisteten finanzielle Unterstützung, um die ersten Sitzsäcke nach Deutschland zu importieren. „Später haben wir vetsak komplett durch Bootstrapping finanziert“, so der Firmengründer. „Das heißt, wir haben jeden verdienten Euro direkt wieder in das Unternehmen investiert. Diese Finanzstrategie ermöglichte es uns, gesund und ohne externe Investoren zu wachsen.“

Netzwerken und Erfahrungen teilen

Zum Sprung ins Unternehmertum gehören heute neben der Finanzierung ein gut funktionierendes Netzwerk und der Austausch mit anderen Gründern. „Ein effektives Netzwerk aus Steuerberatern, Banken und Lieferanten, die eine qualifizierte Beratung und Unterstützung bieten, ist essenziell“, betont auch Gansow. Als Wendepunkt in der frühen Phase des Unternehmens sieht er deshalb unter anderem die Aufnahme in das Accelerator-Programm der Entrepreneurs Organization in NRW durch einen Unternehmer aus Düsseldorf vor acht Jahren. „Über die Unternehmerorganisation konnte ich mich vertraulich austauschen“, so Gansow, „und dadurch von sehr erfahrenen Personen lernen.“

Im Gespräch bleiben müssen auch die Produkte. Beworben werden vetsak-Sitzmöbel heute in klassischen Print- sowie in Online-Medien und auf Social-Media-



Max Gansow

Unternehmensgründer von vetsak

„Bei vetsak startet die Produktentwicklung nicht wie sonst üblich mit dem Design der Sitzmöbel, sondern mit dem Konzipieren der Versandbox und unserer patentierten Verpackungstechnologie für die Sofas.“

[oben] Die Module der Sofas lassen sich beliebig anordnen und passen sich an die Lebensumstände an.

[rechts] Ob sich der Stoff gut anfühlt, können Kunden anhand von Proben schon vor dem Sofakauf herausfinden.

