

Stilvoll sportlich

Ina Kess ist die Verwirklichung der Vision von Katharina und Isabelle Staub: bequeme, elegante und qualitativ hochwertige Sportkleidung, die alltagstauglich, stilvoll und kombinierbar ist. Mit viel Überzeugung, Mut und Leidenschaft sind die Schwestern seit drei Jahren im Business – und selbst ihr bestes Aushängeschild.

INTERVIEW AYLIN ASLAN

BILD SOPHIE STIEGER

textilrevue: Wie ist Ina Kess entstanden?

Katharina Staub: Isabelle und ich sind beide sehr sportlich und taten uns immer schwer mit knallfarbener Sportkleidung und der mangelnden Vielfalt auf dem Markt. Wir sehnten uns nach Kleidung, die sich für Sport und Alltag eignet. Bei einer selbst initiierten Umfrage vor dem Zürcher Jelmoli, bei der ich Frauen jeder Altersgruppe befragte, wo sie ihre Sportkleidung kauften und ob sie sich vorstellen könnten, Kleidung zu tragen, wie sie Ina Kess jetzt macht, waren die Antworten durchweg positiv.

Isabelle Staub: Als Katharina von ihrer Idee erzählte, war ich sofort Feuer und Flamme und sah viel Potenzial für ästhetische und alltagstaugliche Sportbekleidung. Wir haben beide Volkswirtschaft studiert, waren also eher fachfremd. Wir lernen seit drei Jahren ständig dazu, das ist extrem spannend.

Wie kann man sich Ihren Betrieb vorstellen?

K.S.: Hier in Zürich sind wir fünf Frauen. Ich designe und leite die Produktion, Isabelle ist zuständig für Vertrieb und Logistik. Die Schnitte und die Prototypen werden von unserer Schnitttechnikerin ebenfalls hier entwickelt. Die Produktion ist auf verschiedene Familienbetriebe in Portugal aufgeteilt. Portugal, weil die Betriebe dort ein gutes Know-how für das Handwerk haben und gleichzeitig spezialisiert und technisch fortschrittlich sind. Mittlerweile habe ich eine persönliche Bindung zu den Näherinnen vor Ort aufbauen können und Portugiesisch gelernt, wodurch sich die Zusammenarbeit noch verbessert hat.

Profitiert die Marke vom anhaltenden Athleisure-Trend?

I.S.: Ja und nein. Früher hat niemand im Alltag Sneakers getragen, da hat ein Umdenken stattgefunden, und es erleichtert Marken wie unserer sicherlich, Fuss zu fassen. Andererseits machen wir nicht Athleisure; wir machen elegante, bequeme und atmungsaktive Kleider aus hochwertigen Materialien mit einem «everyday focus», die nicht per se als Sportkleider zu erkennen sind.

Online: Fluch oder Segen?

I.S.: Wir sind durch unseren Webshop sehr flexibel. Neben unserem eigenen Store sind wir in verschiedenen Schweizer Häusern vertreten, wie zum Beispiel bei Jelmoli. Da wir eine Ganzjahreskollektion und unterschiedliche Verkaufskanäle haben, können wir flexibel auf die Händler eingehen und das Angebot laufend anpassen. Läuft ein Artikel bei einem Händler weniger gut, hat er immer die Möglichkeit, diesen umzutauschen, um stets ein ideales Sortiment zu haben. Das Risiko für unsere Partner wird damit gezielt minimiert und die Kleider werden dort angeboten, wo auch die Nachfrage ist. Mit dieser Strategie möchten wir eine konstruktive und erfolgreiche Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern aufbauen, welche auf Risikoteilung basiert und für alle eine Win-win-Situation darstellt.

K.S.: Wir glauben stark an den stationären Handel und die persönliche Note einer guten Beratung. In unseren Augen gewinnt diese gerade im digitalen Zeitalter massiv an Bedeutung. Man muss seinen Kunden allerdings etwas bieten können, sie verstehen, abholen und innovativ sein.

Welche Marketingstrategie verfolgt Ina Kess?

K.S.: Viele Neukunden sind durch Mundpropaganda hinzugekommen. Weiter haben wir mit «Ina Kess Friends» einen Kreis aus Influencerinnen mit verschiedenen Hintergründen geschaffen, die sich mit uns identifizieren können und die wir auf unserer Website vorstellen.

Was bringt die Zukunft?

K.S.: Es ist uns wichtig, das, was wir tun, richtig und mit vollster Hingabe zu tun. Deswegen ist auch eine Männerkollektion vorerst nicht geplant.

I.S.: Ausserdem möchten wir im Ausland weiter Fuss fassen. Bei unserer kürzlichen Promotion im Münchner Lodenfrey konnten wir eine sehr gute Performance hinlegen und freuen uns, in Zukunft auch beim Modehaus Strolz in Lech vertreten zu sein. Ab April sind wir im KaDeWe bei einer Promotion persönlich anwesend, worauf wir uns unglaublich freuen!