

Nachhaltige Mode mit prägender Botschaft

11. July 2024



Annabel und Johannes Schubert mit ihren Kindern und den Beloved-Shirts

Quelle: zVg.

Die Modebranche ist eine der umweltschädlichsten Industrien. Annabel und Johannes Schubert haben deswegen das nachhaltige Start-up beloved.design gegründet. Mit ihrer Kleidung vermitteln sie die Botschaft: «Du bist bedingungslos geliebt.»

Der gespiegelte BELOVED-Schriftzug auf den T-Shirts und Hoodies, die Annabel und Johannes verkaufen, lässt sich nur beim Blick in den Spiegel erkennen. Das ist Absicht. «Jeden Tag schauen wir mehr als 40-mal in den Spiegel», erzählt Annabel. «Die Shirts sollen uns dann daran erinnern, dass wir von Gott geliebt sind.»

Als ich sie und Johannes zum Online-Interview treffe, sind anfangs auch ihre Kinder dabei, die selbstverständlich beloved-Shirts tragen. «Erinnern euch die T-

Shirts manchmal daran, dass ihr geliebt seid?», frage ich sie. Richard, sechs Jahre alt, grünes Sweatshirt, antwortet: «Nein, wir können uns das gut merken. Aber die Erwachsenen denken zu viel und dann vergessen sie es. Deswegen müssen sie immer wieder in den Spiegel schauen.» Recht hat er, denke ich. Und das Konzept der Selbstannahme gut verinnerlicht.

Zu den Shirts haben Annabel und Johannes schon viele positive Rückmeldungen bekommen. Eine Therapeutin bricht in Tränen aus, als sie es anzieht. Die Boutique-Verkäuferin bekommt eine Gänsehaut beim Anblick. Einem Schulkind, das in der Klasse gemobbt wird, hilft das Shirt, besser mit der Situation umzugehen.

Keine Fast Fashion

Als sie 2022 die Idee zu den T-Shirts hatten, erzählt Annabel, war ihr Gedanke: «Lass uns schnell zu H&M gehen, ein paar billige T-Shirts kaufen und sie bedrucken. Einfach um zu sehen, wie das aussieht.» Doch die Idee verwarfen sie sofort wieder. Das passte nicht zu ihrer Message und ihren christlichen Werten. «Sich selbst zu lieben, den Nächsten zu lieben, aber die Natur zu verachten – das geht nicht in Kombination», sagt Annabel. Deswegen werden die T-Shirts, Hoodies und Mützen aus Bio-Baumwolle hergestellt.

Das geschieht zu fairen Bedingungen: Sie arbeiten dabei mit externen Dienstleistern zusammen, die die Produkte für sie produzieren und verschicken. Denn mittlerweile gibt es immer mehr Anbieter, die auf umwelt- und menschenfreundliche Kleidung setzen. «Im Grunde gibt es null Ausreden, nicht nachhaltig zu produzieren», erklärt Johannes. Ihre erste Kollektion haben sie bewusst zeitlos gestaltet, damit sie auch in drei oder vier Jahren noch gefällt. «Wir machen keine Fast Fashion, unser Stil soll langlebig sein», sagt Johannes. Viele der Stoffe sind zudem extra fest, sodass sie lange getragen werden können. Zur Nachhaltigkeit gehört für die beiden auch die Produktion on demand. Nur wenn ein T-Shirt bestellt wird, wird es produziert. Das spart nicht nur Kosten, sondern verhindert eine unnötige Überproduktion.

Über ein Jahr gibt es nun beloved.design und die beiden stecken noch viel unbezahlte Zeit in das Business. Es könnte deutlich mehr Verkäufe geben. Doch viel wichtiger sei, dass die Shirts, die verkauft werden, ermutigen, findet Annabel. Sie wollen lernen, als Unternehmen organisch zu wachsen und haben einen langen Atem. Umso bewegender war der Moment für sie, als Richard sie letztens fragte, ob er das Unternehmen mit seiner eigenen Familie weiterführen darf,

wenn er mal gross ist.

Gründen mit Kindern

Die ganze Familie ist in das Start-up involviert. Die achtjährige Dora, heute im türkisen Farbverlauf-Hoodie, hat bei vielen Shirts die Farben ausgesucht. Immer wieder denkt sie sich neue Produkte aus und notiert sie in ihrem Lookbook: Zum Beispiel die Mützen oder die Caps, die es mittlerweile auch zu kaufen gibt. Richard hilft gern beim Falten der Hangtags (Anhänger). Gestaltet Annabel am Computer neue Grafiken, gibt er ihr Tipps, wie sie die noch besser arrangieren kann. Während des Interviews hält er oft neue T-Shirts und Hoodies in die Kamera und präsentiert sie mir. Er setzt sich eine orangene Beanie-Mütze auf. «Die Mützen sind gut für den Winter. Die sind schön warm mit Bio-Baumwolle», erklärt Richard mir, als würde er seit Jahren nichts anderes tun, als Mützen zu verkaufen.

Annabel und Johannes haben früher für die Kreativagentur Jung von Matt gearbeitet. Inzwischen sind sie selbstständig für unterschiedliche Unternehmen und NGOs als Marketingberater tätig. Sie haben sich bewusst dafür entschieden, ihre Kinder bei diesem Projekt mit einzubeziehen. «Normalerweise machst du irgendwelche Sachen zum Thema Industrie oder Technologie, die oft nichts mit der Familienrealität zu tun haben. Doch die Idee der beloved-Shirts verstehen auch Kinder», sagt Johannes. Gerade für sie als Eltern sei es wichtig, dass ihre Kinder verstehen, dass sie geliebt sind, ergänzt Annabel. Egal, ob sie etwas falsch gemacht haben oder welche Noten sie von der Schule mit nach Hause bringen. Denn diese Botschaft sei das Nachhaltigste, was es geben kann, meint Johannes: «Du bist geliebt. Was musst du als Mensch mehr hören als das?»

Zur Website:

beloved.design

Zum Thema:

[Carpenter Son: Kleider, die zu Gesprächen anregen](#)

[His Kingdom First.: «Es geht nicht um Kleider. Es geht um Jesus!»](#)

[Nachhaltig leben: TEIL, ein etwas anderer Kleiderladen](#)

Autor: Sarah Kröger

Quelle: Magazin Family 4/24, SCM Bundes-Verlag

Tags