

espero

ARTENSCHUTZ ZUM ANZIEHEN

SHORT PITCH DECK

espero



www.espero-clothing.de

DAS PROBLEM...

SCHON GEWUSST?

Wir befinden uns im größten Artensterben der Menschheitsgeschichte.
Rund 150 Tier- und Pflanzenarten sterben jeden Tag aus. Auch jetzt gerade.
1.000.000 Arten könnten so in den nächsten Jahrzehnten verschwinden.

UND JETZT STELL DIR VOR...

Du kannst etwas dagegen tun.
Ganz einfach durch die Wahl deiner täglichen Kleidung.
Weil du mit jedem Teil von espero automatisch bedrohte Tierarten schützt.





STREETWEAR MEETS IMPACT

espero ist nachhaltige Mode mit echtem Impact. Von jedem Kleidungsstück gehen derzeit 25% des Erlöses an unsere Partnerprojekte zum Schutz bedrohter Tierarten in Asien, Afrika und Europa – und zwar transparent.

Unter jedem Teil erkennt man, welche Tiere so geschützt werden. In regelmäßigen Abständen wird berichtet, wo die Unterstützungen eingesetzt wurden. Wir nennen das Impact Fashion.

Viele unserer Kundinnen & Kunden kaufen gar nicht unbedingt, weil sie gerade Kleidung brauchen - sie kaufen vielmehr ein gutes Gewissen & ein gutes Gefühl. Und das bei jedem Tragen. Ein USP, der verkauft. Einfach, effektiv & sinnvoll.



ESPERO KURZ UND KOMPAKT

- Proof-of-concept erfolgreich erbracht & kostendeckend
- Fast alle Prozesse digitalisiert & automatisiert
- One-man-show: Alle Prozesse durch Gründer Tim Weinel abgedeckt
- Produktion aktuell on-demand: keine Lagerkosten & kein gebundenes Kapital
- Fixkosten minimiert & variable Kosten nur bei zunehmendem Umsatz
- Verkauf fast ausschließlich über eigenen Shop
- Vereinzelt Produktion für Dritte via Shop-in-Shop-Lösung
- Basis: Rund 30.000 Euro Umsatz (in 2022) mit einem Werbebudget von gerade einmal 7 Euro/Tag und einem Zeitaufwand von derzeit unter 10h/Woche
- Teil des Förderprogramms „Sozialinnovator Hessen“



SWOT ANALYSE

STÄRKEN

Sehr starker USP als Geschäftsgrundlage
Skalierbares Geschäftsmodell vorhanden
Hoher Automatisierungsgrad
Geringe Fixkosten als Basis

SCHWÄCHEN

Kaum professionelles (Ad-)Marketing
Keine Mitarbeiter oder Support
Relativ geringes Marketingbudget
Produktdarstellung nicht professionell genug

SWOT ANALYSE

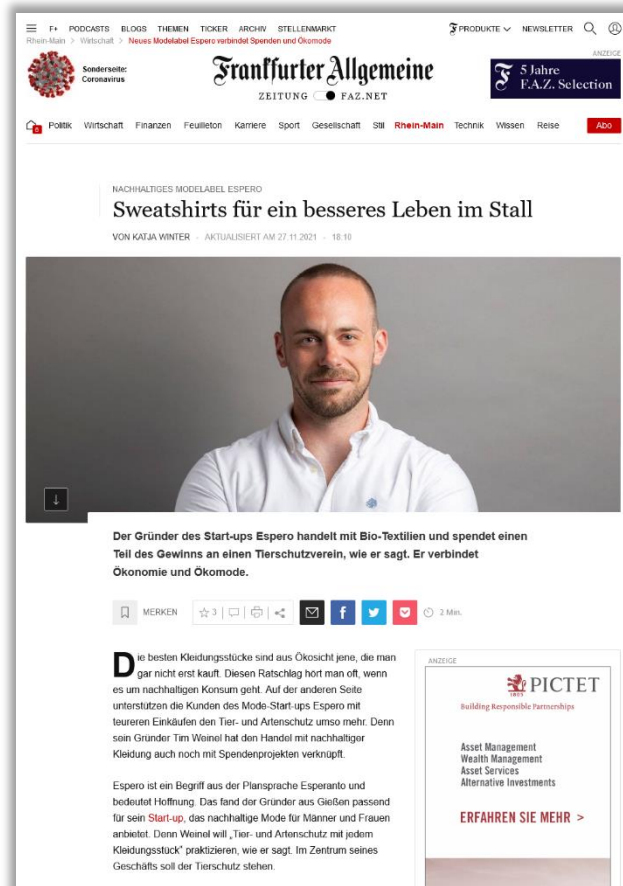
CHANCEN

Nachhaltige Fashion als wachsender Markt
Zunehmendes Nachhaltigkeitsbewusstsein
Proof-of-concept erfolgreich erbracht
Etablierte Basis an Kundinnen und Kunden

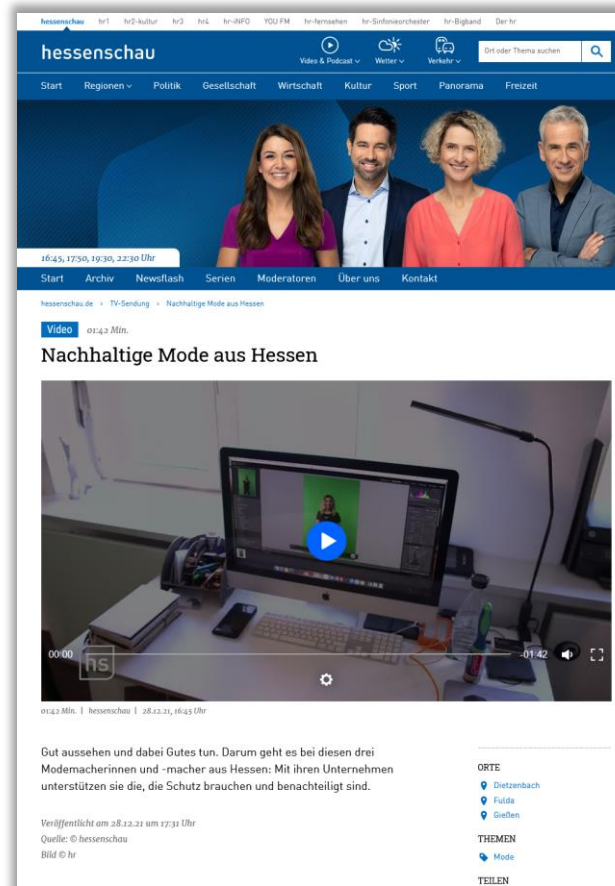
RISIKEN

Begrenzte Anzahl möglicher Zulieferer
Etablierte Unternehmen imitieren Konzept
Noch wenig Spielraum im Einkauf
Als Start-Up noch eher geringer Trust

BEKANNT AUS (AUSZUG)



FAZ (Print & Digital)



TV-Beitrag Hessenschau



Titelstory IHK-Magazin

Derzeit zählen wir in der Presse, TV, Radio, Podcasts, etc. bereits mehr als 60 (uns bekannte) Erwähnungen