



FACTSHEET

Name des Unternehmens:	Tom&Jenny GmbH
Name der Marke:	Tom&Jenny
URL:	www.tomundjenny.com
Gründung:	September 2016
Mitarbeiter:	6
Unternehmenssitz:	Ackerstraße 2 10115 Berlin
Gründer:	Conradin Castell (Gründer und Geschäftsführer) Phillippa Rotenhan (Gründerin, Produktentwicklerin und Hebamme)

Geschäftskonzept

Tom&Jenny ist ein junges Familienunternehmen, das zusammen mit Hebammen und Müttern den optimalen Babybody entwickelt hat. Dabei konzentriert sich Tom&Jenny primär auf den Babybody. Denn die Gründer haben festgestellt, dass der Body als wichtigstes Kleidungsstück eines Babys meist nicht genug Aufmerksamkeit bekommt. Im Überangebot aus Handel und Online wird es für Eltern schwer, das Richtige für ihr Kind zu finden. Hier setzt Tom&Jenny mit dem passenden Babybody für jedes Alter an. In Gesprächen mit über 200 Hebammen und Eltern sowie mithilfe von Onlineumfragen und zahlreichen Verbrauchertests wurden die Eigenschaften des idealen Babybodyes identifiziert und in einem einzigartigen Produkt umgesetzt.

Produkt

Die Tom&Jenny Babybodies bestechen durch ihr schlichtes, aber durchdachtes Design, perfekt abgestimmt auf die Bedürfnisse des jeweiligen Alters des Kindes. So gibt es den Body für Neugeborene in den Größen 50 und 56 nur mit langen Ärmeln, da Babys auch im Hochsommer viermal so viel Wärme verlieren wie ein Erwachsener. Ein Kratzschutz verhindert, dass die zarten Fingernägel die Haut verletzen, und die abgerundete Beinöffnung verbessert den Sitz der Windel. Gefertigt mit der hochwertigen Interlock-Stricktechnik aus 100 Prozent Biobaumwolle ist der Stoff einzigartig weich und langlebig und entspricht den



höchsten Qualitätsstandards. Alle Tom&Jenny Produkte sind Fairtrade- und GOTS- (Global Organic Textile Standard) zertifiziert.

Produktion und Vertrieb

Nach sechs Monaten Entwicklung und Produktion sowie dem Test von fünf verschiedenen Prototypen und Gesprächen mit über 200 Hebammen und Müttern produziert Tom&Jenny mithilfe eines Fairtrade-Herstellers aus Ägypten die Babybodys in höchster Qualität. Transparenz ist den Gründern im Zuge der Produktion und des Vertriebs besonders wichtig. Deshalb wurde die Produktionsstätte vor Beginn der Zusammenarbeit von den Gründern persönlich besucht.

Das außergewöhnlich gute Preis-Leistungs-Verhältnis erzielt Tom&Jenny vorrangig durch den Onlineverkauf, die exklusive Zusammenarbeit mit einigen ausgewählten kleinen Läden und das Angebot eines Body-Abonnements. Wer dem Stress der vollen Kaufhäuser aus dem Weg gehen möchte, kauft die Babybasics einfach ganz bequem im Abo mit drei, fünf, sieben oder zehn Bodys auf www.tomundjenny.com. Etwas Gutes tun kann man mit dem Kauf eines Tom&Jenny Bodys auch. Passt der Body nicht mehr, kann der Kunde ihn kostenfrei zurückschicken und so an die Malteser Flüchtlingshilfe spenden.

Kunden

Tom&Jenny richtet sich an junge Eltern sowie Verwandte und Bekannte, die sich bewusst für höchste Qualität zu fairen Preisen entscheiden und bei der Auswahl der Babykleidung keinen Kompromiss eingehen möchten. Wer durch das Überangebot an Babybasics in unterschiedlichen Farben, Formen und Varianten überfordert ist, wird bei Tom&Jenny ganz einfach den idealen Babybody finden und ihn bequem online kaufen können. Ob Erstausrüstung oder langlebiges Geschenk in Form eines Abos – wer Fairtrade-produzierte Babybodys aus extraweicher GOTS-zertifizierter Biobaumwolle kaufen möchte, die perfekt auf die Bedürfnisse des Kindes angepasst sind, ist bei Tom&Jenny an der richtigen Adresse.

Marktpositionierung

Tom&Jenny steht für Einfachheit und Unkompliziertheit, mit einem Angebot, das auf das Wesentliche reduziert ist. Intensive Marktforschung führte zu einem idealen, qualitativ hochwertigen Babybody, der für jede Größe und zu einem fairen Preis erhältlich ist. Denn was jeden Tag an empfindliche Babyhaut kommt, sollte vor allem eins sein: alternativlos das Beste. Durch faire und nachhaltige Produktion sowie höchste Transparenz gegenüber dem Kunden unterscheidet sich Tom&Jenny zusätzlich von anderen Marken aus diesem Segment.

Über die Gründer:

Conradin Castell und Phillippa Rotenhan suchten jahrelang nach dem perfekten Babybody – ohne Erfolg. Deshalb beschlossen sie im September 2016, das Problem



einfach selbst zu lösen, und gründeten gemeinsam Tom&Jenny. Beide kommen aus einer Großfamilie mit 40 direkten Cousins und Cousinen und waren so schon von Kindesbeinen an früh mit dem Thema des Wickelns, Fütterns und Anziehens vertraut. Die 30-jährige Phillippa machte es sogar zu ihrem Beruf. Als Hebamme hilft sie dabei, dass viele Kinder das Licht der Welt erblicken und liefert die notwendige Expertise für die Produktentwicklung der einzigartigen Tom&Jenny Babybodys. Dabei spielen natürlich auch ihre zwei (bald drei) eigenen Kinder eine große Rolle und sorgen als Mini-Tester der Produkte für den direkten Vergleich. Cousin Conradin (33) ist noch kein Papa, aber dafür der Älteste von fünf Kindern und das geschäftliche Genie hinter Tom&Jenny. Dabei hilft ihm die Erfahrung, die er während seines Studiums der Politik, Philosophie und Volkswirtschaft in Oxford und seiner 6-jährigen Tätigkeit als Unternehmensberater bei der Boston Consulting Group gesammelt hat.

Pressekontakt:

STILGEFLÜSTER - Agentur für Kommunikation
Mühlenkamp 63 a
22303 Hamburg

Lena Wolf
leni@stilgefluester.de
Tel: 040 – 20 93 48 233
Web: www.stilgefluester.de