



## **Gründerporträt**

### **Alternativlos das Beste: das Ende der Suche nach dem idealen Babybody**

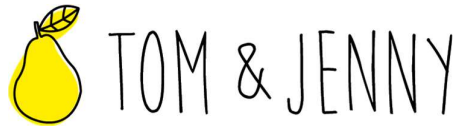
**Berlin** – Man findet sie in allen Formen und Farben, in verschiedenen Größen, mit schicken Details und süßen Applikationen und kann sich bei all der Auswahl gar nicht so recht entscheiden: Babybodys. Als junge Eltern oder frischgebackene Großeltern will man nicht einfach irgendwas kaufen, es muss etwas von höchster Qualität sein, denn es berührt schließlich täglich die zarte Babyhaut. Im Überangebot der Babybasics verliert man heute schnell den Überblick und weiß gar nicht, was die richtige Entscheidung wäre. Vor diesem Problem stand auch Hebamme Phillippa Rotenhan, als sie das erste Mal Mutter wurde. Ihr erstes Baby hatte besonders empfindliche Haut, litt immer wieder an Hautreizungen. Schnell wurde klar: Der Auslöser war die meist unzureichende Qualität der Babybodys. Überfordert vom Angebot und enttäuscht von der Qualität, beschloss sie kurzerhand, zusammen mit ihrem Cousin Conradin Castell das Problem selbst zu lösen. Zusammen mit 200 Hebammen und Müttern entwickelten sie den idealen Babybody, der perfekt auf die Bedürfnisse des Babys abgestimmt ist. Schlicht, mit durchdachtem Design und langlebig dank Interlock-Stricktechnik und GOTS- (Global Organic Textile Standard) zertifizierter Biobaumwolle besticht der Tom&Jenny Babybody durch die praktischen Details in den verschiedenen Größen.

### **Von der Großfamilie zur Firmengründung**

Conradin und Phillippa sind in einer Großfamilie mit 40 direkten Cousins und Cousinen aufgewachsen. Von klein auf halfen beide beim Wickeln, Füttern und Anziehen der kleineren Geschwister. Als Ältester von fünf kennt sich der 33-jährige Conradin bestens in Sachen Baby aus, auch wenn er selbst noch nicht Vater geworden ist. Seine Cousine Phillippa (30) dagegen ist Hebamme und stolze Mutter von zwei – bald drei – Kindern. Ihre Expertise war maßgeblich für die Produktentwicklung der einzigartigen Babybodys. Mit dem Ziel, den perfekten Babybody zu entwickeln, taten sich Cousin und Cousine zusammen und gründeten im September 2016 Tom&Jenny. Bevor sie jedoch den ersten Babybody entwarfen, führten sie erste Fallstudien auf Spielplätzen, an Wickelkommoden und in Hebammenpraxen durch und befragten über 200 Eltern und Hebammen, um herauszufinden, welche Ansprüche nicht nur die Kinder, sondern auch die Erwachsenen an Babykleidung stellen.

### **Transparenz und Nachhaltigkeit – eine Herzensangelegenheit**

Während der Produktentwicklung halfen die Gespräche sowie Onlineumfragen dabei, einen Einblick in die Bedürfnisse der Babys und Eltern zu bekommen. Conradin und Phillippa produzierten in sechs Monaten insgesamt fünf Prototypen



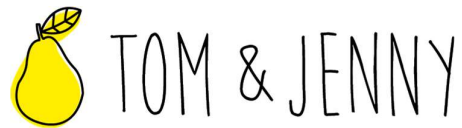
mit immer feineren Details und ließen sie von Müttern und Babys testen. Während sie die ersten Bodydesigns noch selbst anfertigten, wurden die Prototypen zum Testen schließlich von der Produktionsfirma Sekem in Ägypten hergestellt. Vor der Wahl des richtigen Produktionspartners hat Conradin die Produktionsstätte und das Anbaugebiet der Baumwolle selbst besichtigt. Denn Transparenz und Nachhaltigkeit werden bei Tom&Jenny großgeschrieben. Der Baumwolllieferant in Ägypten ist gleichzeitig auch der Produzent des fertigen Produkts. Auf den Feldern konnte sich Conradin vor Ort selbst von der Bioqualität der GOTS-zertifizierten Baumwolle überzeugen. Durch Anbau und Produktion an einem Ort ist auch die Herstellung der Bodys besonders nachhaltig, was dem Gründer-Duo neben der herausragenden Qualität des Stoffes sehr am Herzen liegt.

### **Volle Expertenpower für ein ideales Produkt**

Phillippas langjährige Erfahrung als Hebamme hat nicht nur den Ausschlag für die Idee des Produkts gegeben, sondern auch maßgeblich zur Produktentwicklung beigetragen. Neben ihren eigenen Wünschen flossen auch die Ergebnisse aus Onlineumfragen sowie Gesprächen mit über 200 Hebammen und Müttern sowie Onlineumfragen in die Entwicklung des idealen Babybodys mit ein. So entstand für jede Größe ein perfektes Modell für Baby und Eltern. Zahlreiche Praxistests mit allen Modellgrößen lieferten den Feinschliff für das Endprodukt. Das finale Design musste dann noch die Waschprobe bestehen. Zusammen mit Bodys anderer Marken wurde jede Größe über 20 Mal gewaschen, um die herausragende Qualität zu bestätigen und sämtliche Mängel auszumerzen.

### **Ein neuer Weg zum Ziel**

Hinter dem geschäftlichen Teil und der Einführung des Abonnements bei Tom&Jenny steckt die Expertise von Conradin. Durch sein Studium der Politik, Philosophie und Volkswirtschaft und die sechsjährige Tätigkeit als Unternehmensberater bei der Boston Consulting Group sammelte der Gründer zahlreiche Erfahrungen, die den Grundstein für die Unternehmensgründung legten. Während seiner Zeit als Unternehmensberater betreute Conradin bereits Kunden im Textil- und Babybereich und lernte viele seiner späteren Mentoren kennen, die ihm seit der Gründung von Tom&Jenny mit Rat zur Seite stehen. Statt, wie viele andere Marken, lediglich einen weiteren Babybody in unterschiedlichen Farben und Modellen im bereits überfüllten Markt der Babykleidung anzubieten, schlägt Tom&Jenny einen anderen Weg ein. Ein durchdachtes Design und die Reduzierung auf genau ein schlichtes Modell pro Größe soll die ideale Lösung für das Überangebot bieten. Neue Wege zu testen und dabei am Ziel festzuhalten, ist seit seinem Studium eine Grundüberzeugung des Jungunternehmers Conradin. Damals nahm er sich nach einem Rückschlag eine Auszeit und beschloss, sein Ziel nicht aufzugeben, sondern es auf einem anderen Weg weiterzuverfolgen. Mit dieser Strategie und Willensstärke war er bisher stets erfolgreich: „Ich denke oft an diese



Erfahrung zurück, wenn etwas nicht klappt. Und dann suche ich nach einem neuen anderen Weg, der zum Ziel führt.“

### **Familienunternehmen durch und durch**

Die familiären Bande des jungen Unternehmens sind nicht nur durch die Verwandtschaft der beiden Gründer gegeben. Das kleine Team aus sechs Mitarbeitern ist wie eine Familie. Jeder arbeitet mit Begeisterung an dem Erfolg der Marke. Das soll auch in Zukunft die Vision für Tom&Jenny sein. Denn die Gründer wollen es ohne Investoren schaffen und selbstbestimmt arbeiten. Dabei ist Conradin sich sicher: „Ein klares Ziel vor Augen und ein starkes Team im Rücken machen Unmögliches möglich.“ So soll Tom&Jenny zu einem Unternehmen heranwachsen, das die Gründer vielleicht eines Tages mal an ihre Kinder übergeben können, damit es als Familienunternehmen Bestand hat.

### **Über Tom&Jenny:**

Die Tom&Jenny GmbH ist ein junges Familienunternehmen aus Berlin. Die Gründer Conradin Castell und Phillippa Rotenhan haben es sich zum Ziel gemacht, den umfangreichen Markt der Babybodys zu revolutionieren. Perfekt abgestimmt auf die Bedürfnisse des Kindes, wachsen die Bodys mit den Kindern und bieten in unterschiedlichen Größen den optimalen Tragekomfort – vom Säugling bis ins Kleinkindalter. Um die höchstmögliche Qualität garantieren zu können, werden die Babybodys aus 100 Prozent Biobaumwolle unter Fairtrade-Bedingungen in Ägypten produziert. Zudem sind alle Tom&Jenny Produkte GOTS- (Global Organic Textile Standard) zertifiziert. Auf Wunsch im Abo und primär online erhältlich, werden sie mit nur einem Klick zum richtigen Zeitpunkt bequem nach Hause geliefert.

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](http://www.stilgefluester.de)