

Pressemitteilung

Markenporträt: Lüttes Welt Naturkosmetik

„Ein bisschen Natur reicht uns nicht“

Bei der Gründung von Lüttes Welt hatte der Zufall seine Hände im Spiel. Ganz am Anfang stand das „Kinderlabor“. Bei den Geburtstagspartys der Kinder von Markus Baumgärtner war es ein absoluter Mitmachhit. Die kleinen Gäste durften sich aus Düften, Farben und Granulat ihren ganz persönlichen Badezusatz mischen, ihre Kreation in ein Vlies füllen und mit nach Hause nehmen. Jedes Mal waren Zwerge und Eltern hingerissen. Das brachte Baumgärtner und seinen Kompagnon Florian Zeilfelder zum Nachdenken. Warum sollten sie die Badezusätze nicht auch ihren Kunden anbieten?

Vier Jahre zuvor hatten sich der Chemiker und der Diplom-Kaufmann mit der Firma ideapro selbstständig gemacht. 2006 übernahmen sie den kompletten Standort der SCA Co-Packing GmbH, einer Dienstleistungstochter des schwedischen SCA-Konzerns. Seitdem produzieren sie im Mannheimer Hafen mit einem 30-köpfigen Team Salze, Peelings und Puder für die kosmetische Industrie – und das mit großem Erfolg. Bei europaweiten Tests fahren die im Hause ideapro hergestellten Produkte zuverlässig sehr gute Noten ein.

Die Geburtstags-Basisversion der Bäder aus dem Kinderlabor verfeinerten Baumgärtner und Zeilfelder, indem sie dem Farbbad pflegende Elemente beimischten. Zum damaligen Zeitpunkt war das eine echte Neuheit. Allerdings fand sich kein Kunde, der bereit war, in eine solche Innovation zu investieren. „Des einen Verzicht ist des anderen Gewinn“, sagten sich die gebürtigen Mannheimer und brachten die **Badeschaumkissen** unter dem Label **Lüttes Welt** 2009 kurzerhand selbst auf den Markt. Heute sind sie ein echter Klassiker im Sortiment der Kindermarke. Es gibt sie mit den Konterfeis von Prinzessin Lillifee[®], Capt´n Sharky[®], der kleinen Nixe und des kleinen Seeräubers.

„Ein bisschen Natur reicht uns nicht“

Von Anfang an setzten die beiden Geschäftsführer auf zertifizierte Naturkosmetik. An die zarte Kinderhaut, deren Säureschutzmantel noch nicht vollständig ausgebildet ist, gehören ihrer Meinung nach weder Silikone oder Paraffine noch Parabene, stark schäumende Tenside oder synthetische Duftstoffe. Damit schied die konventionelle Kosmetik von vornherein aus. Aber auch die naturnahe Ausrichtung, die pflanzliche Zutaten mit chemischen Rohstoffen kombiniert, lehnten die Gründer aus Überzeugung ab.

Viele Verbraucher empfänden solche Produkte als Mogelpackung und Eltern seien nun mal die kritischsten Kunden. Daher war klar: „Ein bisschen Natur reicht uns nicht.“ Auf der Suche nach einem Prüfzeichen entschied sich ideapro für das BDIH-Gütesiegel, das strenge Vorgaben macht. 2001 vom Bundesverband Deutscher Industrie- und Handelsunternehmen für Arzneimittel, Reformwaren, Nahrungsergänzungsmittel und Körperpflegemittel e.V. (kurz BDIH) eingeführt, garantiert es dem Verbraucher nachhaltige, gut abbaubare Rohstoffe, die so weit wie möglich aus kontrolliert biologischem Anbau (KBA) oder kontrollierter Wildsammlung stammen müssen.

Das schafft Vertrauen, denn die Eltern können sich darauf verlassen, dass ihr Nachwuchs nur mit absolut natürlichen Inhaltsstoffen, die sehr behutsam verarbeitet werden, in Berührung kommt. Die zunehmend veganen, gut hautverträglichen Rezepturen von Lüttes Welt enthalten oftmals feines Meersalz, natürlich gefärbte Zuckerkristalle, pflegende Öle und Extrakte aus Pflanzen. Erhältlich ist Lüttes Welt in Apotheken, Naturkost-, Geschenkartikel- und Spielwarenläden und bei ausgesuchten Partnern.

Hier testen die härtesten Kritiker

Dass bei aller Ökologie beim Baden der Spaß nicht zu kurz kommt – dafür sorgen die Kinder der beiden Unternehmer. Sieben sind es an der Zahl, und einige sind bereits neben Mitarbeitern oder den Chefs selbst Ideengeber für eine Reihe von neuen Produkten gewesen. So geht beispielsweise der **Badevulkan** auf den seinerzeit zehnjährigen Sohn von Zeilfelder zurück, dem etwas „Wildes“ für die Badewanne vorschwebte. Sein Wunsch wurde erfüllt: Kaum taucht der Vulkan ins warme Badewasser, blubbert es fröhlich aus dem Krater. Als seine damals vierjährige Schwester

sich eine Variante mit viel Glitzer wünschte, erblickte wenig später der **Prinzessin Lillifee® Zaubervulkan** das Licht der Welt. Für seinen zauberhaften Glitzerstaub und rosa Badewasser sorgt ein mineralisches Pulver.

Aber der Nachwuchs liefert nicht nur neue Ideen, sondern untersucht neue Produkte auch gern auf Herz und Nieren. Ganz wichtig ist dabei der Duft, denn Kindernasen sind noch ungeprägt und riechen deshalb viel feiner und sensitiver. Wichtig war dies beispielsweise beim **Monsterschreckspray**. Wenn Eltern und Kinder vor dem Einschlafen damit gemeinsame „Sprühjagd“ auf Nachtruhe störende Monster machen, so riecht es im ersten Moment erfrischend nach Orange und Limette und wenig später nach Lavendel. Die gemeinsame Suche beruhigt die aufgeschreckten Kleinen, der Lavendel fördert den Schlaf. Beides zusammen funktioniert besser als jede vernünftige Argumentation à la „Monster gibt es nicht“. Das jedenfalls meint auch Eckart von Hirschhausen, der das Monsterschreckspray entdeckte und in seinem Buch „Wunder wirken Wunder“ vorstellt.

Mit Speck fängt man Mäuse

Immer wieder überrascht Lüttes Welt die Fans mit neuen Bade- und Pflegeideen. So gelang den Mannheimern 2011 mit der **magischen Badewasserfarbe** eine weitere Innovation: Hier färbt sich das rote oder gelbe Wasser nach einigen Minuten plötzlich lila oder türkis. Dafür gab es 2016 von ÖKO-Test die Bestnote „sehr gut“. Den Farbwechsel nutzt auch das **Janosch Überraschungsbad**, das seit 2014 die Produktpalette bereichert.

Die farblichen, sprudelnden oder glitzernden Special Effects schätzen aber nicht nur die Kinder, sondern auch diejenigen Eltern, deren Nachwuchs zur Gruppe der Bademuffel zählt. „Das Drama im Badezimmer entschärft sich, wenn die zischenden **Knister-Badekristalle** oder ein toller **Zauberstab**, der blaue und rote Farbspuren ins Wasser malt, das Ritual bestimmen“, weiß Baumgärtner. Die Badewanne wird dann plötzlich zur Unterwasserwelt und das Kind zu einem Entdecker auf Expedition. So bieten die Produkte von Lüttes Welt viel Stoff für ausgedehnte Fantasiereisen. In der neuen Unisex-Linie **BESTE FREUNDE** beispielsweise machen sich Tintenfisch Krako, die lustigen Seesternchen, Krabbe Karl und Familie Flosse auf die Suche nach neuen Abenteuern.

Zum unternehmerischen Selbstverständnis der beiden Gründer, die zu 100 Prozent in Deutschland produzieren, gehört auch, soziale Verantwortung zu übernehmen. Deshalb unterstützen sie seit 2009 mit dem Verkauf von Lüttes Welt ein Kinderhospiz in Mannheim: Von jedem Euro Umsatz gehen drei Cent an die „Sterntaler“. Der Verein kümmert sich um lebensbegrenzend erkrankte Kinder und deren Familien und begleitet sie auf ihrem schwierigen Weg.

Besser als der Marktdurchschnitt

Das Wagnis, eine eigene Naturkosmetikmarke für Kinder zu etablieren, hat sich für Baumgärtner und Zeilfelder gelohnt. Lüttes Welt wächst stärker als der Markt, der ohnehin schon lange boomt. Nach Einschätzung der Firmenchefs ist er noch nicht gesättigt, denn immer mehr Eltern wünschen sich für ihren Nachwuchs eine gesunde, nachhaltige Pflege im Einklang mit der Natur. Die Zukunft bleibt grün, davon sind die Mannheimer überzeugt. „Originelle Produkte, die mit Herzblut gemacht sind, werden Kinderherzen begeistern. Und wenn dann noch erlesene, durchweg natürliche Inhaltsstoffe auch die kritischen Eltern überzeugen, hat man alle Trümpfe in der Hand.“

Abdruck honorarfrei – (1.031 Wörter)
Wir bitten um Zusendung eines Belegexemplars

© Janosch, licensed by BAVARIA MEDIA GmbH,
www.bavaria-media.de, www.tigerente.de
Prinzessin Lillifee (c) Coppenrath Verlag, Münster, Germany
Capt`n Sharky (c) Coppenrath Verlag, Münster, Germany

Für Fragen und weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Pressebüro Lüttes Welt | Stefanie Badung | Rieslingstraße 25 | D-67269 Grünstadt |
Telefon + 49 (63 59) 94 65 07 | Mobil + 49 (1 71) 485 76 07 |
E-Mail: stefanie.badung@kommunikationswerkstatt.com