

Hagen: „Vito & Joe“ entwirft Kosmetiktaschen für DM und Co.

[Laura Handke](#) 25.09.2023, 13:21



Marisa Klawonn (links) hat mit Rainer Funke (nicht im Bild) Vito&Joe gegründet. Sie designen u.a. Kosmetiktaschen, die mittlerweile bei Rossmann und DM in den Regalen zu finden sind.

Foto: Alex Talash

„Am Anfang steht die Idee“, steht als erster Satz auf der Internetseite der Hagerer Firma. Eine Firma, von der manche vielleicht sogar Produkte besitzen, von denen sich nicht wissen, dass die Idee dazu in [Hagen](#) im Gewerbepark im Lennetal entstanden ist – obwohl es unübersehbar auf dem Schildchen der Kosmetiktaschen, Strandtaschen und -handtücher, oder Geschenkbeutel steht.

Dieser erste Satz, er gilt für jedes Produktdesign, jede Kollektion, jedes Sonderprojekt, das hier im offenen Büro im Lennetal ausgearbeitet wird. Und übrigens auch für die kleine Firma mit zehn Mitarbeitern selbst: Die Idee für das Unternehmen „Vito & Joe“, das mittlerweile in den großen Drogeriemärkten wie Rossmann oder DM gelistet ist und pro Jahr zwischen zwei und drei Millionen Artikel an die Kunden ausliefert, hatten

Marisa Klawonn und Rainer Funke schon vor vielen Jahren.



Rainer Funke und Marisa Klawonn haben die Firma Vito&Joe im Jahr 2007 gegründet.

Foto: Vito&Joe

2007 haben sie ihre gemeinsame Firma gegründet, zunächst in Dortmund, damals noch mit Spezialisierung auf das Design von Damenhandtaschen. „Wir haben für Karstadt exklusiv die Eigenmarke entworfen, wollten aber irgendwann zurück zu unserer Kernkompetenz – den Kosmetiktaschen. Auch, weil wir da eine Marktlücke gesehen haben“, blickt Rainer Funke zurück. Es gebe zwar viele Anbieter, „aber kaum jemanden, der selbst designet und so viel Wert auf Details und Gestaltung legt“, erklärt er.

Sitz nach Hagen ins Lennetal verlegt

Sowohl er als auch seine Geschäftspartnerin waren mehrere Jahre für eine große Parfümeriekette tätig. Rainer Funke als Bereichsleiter im Einkauf. Marisa Klawonn in der Abteilung Produktentwicklung und Design. An der Aufteilung hat sich bis heute nichts geändert. Marisa Klawonn und ihre

Designerinnen sind das kreative Herz der Marke. Rainer Funke kümmert sich um den kaufmännischen Bereich, „auch wenn die Grenzen da mal verschwimmen“, erklärt der Geschäftsführer und lacht.

Vor zehn Jahren verlegte die Firma den Sitz dann nach Hagen ins Lennetal. „Wir entwerfen zwei große Kollektionen pro Jahr – und viele Unterkollektionen. Wir produzieren Artikel für Damen, Kinder und Herren. Der Damenbereich ist jedoch am stärksten“, gibt Marisa Klawonn Einblicke. In den letzten Jahren habe das Unternehmen das Produktportfolio deutlich erweitert. „Wir setzen verstärkt auf recycelbare Materialien oder arbeiten mit Bio-Baumwolle“, so Klawonn. Die Kosmetiktaschen würden nun beispielsweise ergänzt von Badetaschen, Shoppnern, Hammamtüchern oder Geschenkbeuteln. „Wir betreuen aber auch immer wieder Sonderprojekte auf Anfrage sowie auch private Label-Artikel.“

Mitarbeiter werden eng einbezogen

Vito & Joe verkauft nicht an den Endverbraucher direkt – „wir produzieren nur große Stückzahlen und liefern nicht dezentral aus. Wir haben zwei Hauptlager in Leipzig und Stuttgart, von denen aus die Kunden beliefert werden“, gibt Rainer Funke Einblicke in den Ablauf. Bei den hohen Stückzahlen, die das Unternehmen im Jahr ausliefert, scheint das Team mit zehn Mitarbeitern relativ klein – „das stimmt - aber wir sind ein hoch qualifiziertes, eingespieltes Team. Bei uns sind internationale Mitarbeiter mit unterschiedlichem Alter und Erfahrungswerten beschäftigt und uns ist es wichtig, einen modernen Arbeitsplatz zu bieten und eng zusammenzuarbeiten“, erklärt Funke.



Die Firma entwirft verschiedene Produkte – für Damen, Herren, aber auch Kinder.

Foto: Alex Talash

In der Realität bedeutet das, dass die Mitarbeiter eng in die Kollektionsplanung einbezogen werden, „alles wird im Team gemeinsam gestaltet und besprochen“, betont Marisa Klawonn. Zusätzlich begleiten die Mitarbeiterinnen Geschäftsreisen ins Ausland, beispielsweise nach Indien oder China, um dort Lieferanten und Produktionsprozesse kennenzulernen.

In der Kreativ-Abteilung werden Musterkollektionen als Prototypen erstellt, die dann den Kunden präsentiert werden. „Der Kunde wählt im Termin aus bis zu 500 Artikeln die Muster aus – erst nach der finalen Bestellung wird produziert“, sagt Marisa Klawonn.

Nach Corona läuft Geschäft wieder gut an

Beiden sei von Anfang an bewusst gewesen, dass es nicht reiche, einfach nur etwas „Schönes“ zu entwerfen. „Zu einem erfolgreichen Unternehmen

gehört viel mehr. Es ist Planung, Organisation und Abstimmung was beispielsweise die Logistik betrifft.“ Und es gehören Herausforderungen dazu. Corona war so eine Herausforderung, „die uns überrascht hat. Wir sind sehr stark von Reisen abhängig: Wer kauft neue Kosmetiktaschen oder Strandtücher, wenn es keine Feiern oder Urlaube gibt, auf die man sie mitnehmen kann“, blickt Funke zurück.

Das Hagener Unternehmen habe aber, trotz aller Widrigkeiten, die Corona-Jahre gut überstanden. Dieses Jahr läuft bislang mehr als nur gut an. Die Nachfrage sei groß. „So groß, dass wir überlegen, unser Team zu erweitern. Wir haben immer an unsere Idee geglaubt, aber nie gedacht, dass wir so offene Türen einlaufen würden“, sagen beide. Eine echte Erfolgsgeschichte aus Hagen.