

Weil MissPompadour es kann: 2019 gegründetes E-Commerce-Unternehmen bietet hochwertige Farben für DIY-Fans und punktet mit außergewöhnlichem Kundenservice



„Weil ich es selber kann“ lautet das Motto, mit dem die Gründer:innen Astrid Reintjes, ihr Bruder Erik Reintjes und Niklas Lütteken 2019 mit ihrem Start-up loslegten. Ohne lange Planungszeiten, risikobereit und einer Intuition folgend: der klassische lucky punch. Das Angebot von MissPompadour umfasst hochwertige Farben, Lacke sowie Tapeten, in Kombination mit vorselektiertem Zubehör und außergewöhnlich sorgsamer Kundenberatung.

„Wir waren vor vier Jahren mit einer guten Idee zur richtigen Zeit am richtigen Ort“, so der Geschäftsführer Erik Reintjes, „und unter anderem deshalb wächst MissPompadour stetig“. Reintjes erläutert: „Unsere Kund:innen kommen über Ideen und anstehende DIY-Projekte zu uns. Und wenn sie die Qualität unserer Farben geprüft und den umfassenden Kundenservice erlebt haben, bleiben sie uns in der Regel treu und empfehlen uns ihrem Umfeld. So wächst unsere Community ganz natürlich, was uns immens freut“.

Mit „MissPompadour Farben“, „LittlePomp Kreidefarben“ sowie neu ab 1. Februar 2024 „MissPompadour CosyColours“ bieten die Farb-Profis mittlerweile drei eigene Farbmarken an. Insgesamt umfasst das Sortiment über 400 Farbtöne, eine kuratierte Tapeten-Kollektion sowie zahlreiche nützliche Tools. Die Range ist umfangreich, aber konsequent auf die Kernkompetenz „selber streichen“ zugeschnitten. Kund:innen bestellen unkompliziert online, ohne auf individuelle Beratung verzichten zu müssen: Der zeitraubende Baumarktbesuch wird so überflüssig.

Das Konzept trifft den Nerv der Zeit. Die Nachfrage wächst, die Mitarbeiterzahl stieg von anfänglich drei auf heute über 100 an. Und nachdem das Gründungsteam in den ersten Jahren konsequent nur Geld investiert hatte, das vorher eingenommen wurde, beteiligten sich Mitte 2022 einige namhafte Investoren wie beispielsweise der Investor Fure Capital, der mit einem siebenstelligen Betrag einstieg.

Was unterscheidet MissPompadour von anderen Anbietern und wer ist die farbenfrohe Zielgruppe? Als kreatives, digitales Unternehmen ist der Farbanbieter nah an seinen teilweise sehr jungen Kund:innen dran und legt Wert auf beste Produkte und deren Belastbarkeit. Umweltverträglichkeit sowie Nachhaltigkeit sind fundamentale Themen und die persönliche Vermittlung des Knowhows hat einen enorm hohen Stellenwert. Die Zielgruppe? Größtenteils weiblich und DIY- sowie Social Media-affin.

MissPompadours Unternehmenskultur stützt sich auf moderne Herangehensweisen und Offenheit, intern wie extern: Fokussierung auf den Onlinehandel, digitale Beratung und Kundenkommunikation, flexible Arbeitszeit- und Homeofficemodelle für die Mitarbeiter:innen.

Natürlich - vor allem die Produktqualität entspricht den heutigen Kundenwünschen. Miss Pompadour legt unter anderem Wert auf nachhaltige Prozesse, Inhaltsstoffe auf Pflanzenbasis, langlebige Ergebnisse sowie, für einen geringen CO₂-Abdruck, Produktion nur in Deutschland und in den direkten Nachbarländern.

„Ja, das geht“ ist wahrscheinlich die meistformulierte Einstiegsantwort des gut geschulten Kundenberatungsteams. Es dreht sich alles um die schier endlosen Möglichkeiten für Farbanstriche: bei Küchenfronten, Badezimmerkacheln, Treppen, Fußböden, Wohnwagen, Fahrrädern, Steinfliesen oder Plastikmöbeln beispielsweise. „Einfach machen!“ lautet die Devise. Manche der Fans der ersten Stunde sind heute als Berater:innen für MissPompadour tätig. Und ja, das deutschlandweit operierende Beratungsteam ist eines der wichtigsten Bausteine und arbeitet mit WhatsApp, Telefon, E-Mail, Instagram und Facebook.

„**Wir lieben unsere Produkte und sind selbst unsere besten Kunden**“ erläutert Astrid Reintjes den besonderen Spirit, der das Team antreibt. „Als Mutter finde ich zum Beispiel fast täglich von unserem Familienleben mit vier Kindern stark beanspruchte Stücke, die ich mit Farbe runderneuere oder upgraden möchte. So geht es allen im Team. Mit unserer persönlichen Begeisterung können wir unsere Kund:innen optimal bei anstehenden Neugestaltungen begleiten und mit Spaß motivieren“.

MissPompadours Firmensitz liegt in Sinzing bei Regensburg und dort werden auch die Video- und Foto-Inhalte für die Online-Kommunikation produziert. Ein zweiter Standort befindet sich im 10 Kilometer entfernten Laaber, wo die Farbe angemischt, verpackt und versendet wird. Ein kleines Tech-Team sitzt in Helsinki und widmet sich dort der Programmierung und konstanten Erweiterung des Onlineshops sowie der App.



Fact Sheet MissPompadour

Firmensitz	MissPompadour GmbH Am Reitfeld 10, 93161 Sinzing
Gründungsteam/Geschäftsführung	Astrid Reintjes, Erik Reintjes, Niklas Lütteken
Firmengründung	2019
Dachmarke	MissPompadour
Farblinien	1) MissPompadour Farben 2) LittlePomp Kreidefarben 3) CosyColours (ab 18.02.24)
Angebot	Farben, Grundierungen, Zubehör, Tapeten
Vertrieb	Onlineshop und Social Media Kanäle
Erfolgsrezept	Hochwertige, biobasierte Produkte + leicht umsetzbare Ideen + persönliche Kundenberatung von DIY-Experten
Nachhaltigkeit	<ul style="list-style-type: none">• Fokus auf Energieverbrauch und CO2-Abdruck• Produkte mit bis zu 60 Prozent biobasierten Rohstoffen und erneuerbaren Bindemitteln• Farbqualität für Langlebigkeit der Ergebnisse• Nutzung erneuerbarer Energiequellen• Rohstoff-Wiederverwertung

Kurzvitae der drei Gründer:innen/Geschäftsführer:innen

Astrid Reintjes

- Mitgründerin, Geschäftsführerin, Schwester von Erik, vierfache Mutter
- 46 Jahre alt (Stand Januar 2024)
- "Mutter der Kompanie" - wie sie sich selbst bezeichnet
- Astrid machte sich bereits mit 21 Jahren das erste Mal selbständig - mit drei Coffeeshops in Regensburg. Ab dem Zeitpunkt durchlief sie unterschiedliche Stationen der Selbständigkeit.
- Mit MissPompadour setzte sie 2019 nochmal alles auf eine Karte.
- Astrid verantwortet Produktion, Logistik, Einkauf, Produktentwicklung

Erik Reintjes

- Mitgründer, Geschäftsführer, Bruder von Astrid, Vater eines Kindes
- 34 Jahre (Stand Januar 2024)
- Nach dem Mode- und Designstudium hat Erik Reintjes schnell gemerkt, dass die Welt des Mittelstandes nicht ganz seine ist. Deshalb nutzte er gleich die erste Chance, sich mit Astrid und Niklas selbständig zu machen.
- Entwickler der Marken MissPompadour Farben, LittlePomp Kreidefarbe und CosyColours
- Nach "wildem viereinhalb Jahren des Aufbaus" verantwortet Erik heute die Bereiche Marketing und Sales.

Niklas Lütteken

- Mitgründer, Geschäftsführer, Vater eines Kindes
- 34 Jahre (Stand Januar 2024)
- Vom Maschinenbau zur Farbe: Seit Niklas das erste Mal einen Computer vor sich hatte, programmiert er Webseiten und -shops.
- Nach einem kurzen Ausflug zu BMW und Siemens während seines Maschinenbaustudiums entschied er sich für die StartUp-Welt. Es folgten ein Umzug nach Finnland und der Einstieg in die Robotic.
- Tech Startup war dann aber doch nur ein Übergang, da für Niklas immer im Fokus war, selbst etwas aufzubauen.
- Niklas verantwortet - mit seinem Team in Helsinki - das Tech-Stack, die App und den Shop.