



WER WIR SIND

In einer Zeit, in der Massenware den Konsumenten langweilt, Marken charakterlos und oberflächlich in Szene gesetzt werden, macht sich die Zielgruppe von heute hoffnungsvoll auf die Suche nach mehr. Globalisierung, technischer Fortschritt in einem atemberaubenden Tempo, Fusionen, neue Märkte, Boom-Towns... immer noch höher, noch schneller und schneller. In ganz Deutschland hält Massenware Einzug, selbst in die bis dato so geliebten und geschätzten kleinen, aber feinen Läden in den neuen, wachsenden und sich stets neu erfindenden Metropolen. Wohin in einer Welt, die vor lauter Aufmerksamkeitsdrang sich selbst nicht mehr kennt, nicht mehr weiß, wer sie ist und wer sie sein will, geschweige denn wonach es ihr lüftet?

In ganz Deutschland? Nein, in Neukirchen-Vluyn hat ein Team von fünf engagierten Verwandten schlicht die Ruhe weg. Hier am Niederrhein werden traditionelle Werte und Familie noch groß geschrieben, die Sehnsucht nach dem Mehr befriedigt. Da Blut bekanntlich dicker ist als Wasser – um es genau zu nehmen, dicker als jedweder Trend – kreiert aunts&uncles seit 2004 leidenschaftlich Taschen und Accessoires. Teils ist es eine Hommage an alte Werte, wie Familie, Vertrauen, Ehrlichkeit, Loyalität, teils ist es die persönliche Vorliebe zur Schlichtheit, das Vorhaben etwas Schönes zu schaffen, gespickt mit der puren Begeisterung für robuste, authentische Materialien. Schönes schafft, wer mit dem Herzen schafft... Und hier beginnt die Geschichte von aunts&uncles ungewollt mit einem fahrlässigen Fehler:

Angelika und Sven Scheurer, ambitionierte Genießer und passionierte Dickköpfe, verbindet neben dem Wunsch, Taschen zu kreieren, ihre hohen Ansprüche in Bezug auf Material, Funktionalität, Schlichtheit, Belastbarkeit und Charakter – der Sinn für's Schöne.

Eine Tasche, die den Alltag versüßt, an der man sich täglich auf's Neue erfreut, die man und die mit einem lebt, soll her. Erste Modelle sind konzipiert, die ersten Taschenkörper sind rein gezeichnet, Leder ist entdeckt und eine passende Manufaktur in Indien gefunden.

Nach einem ersten Treffen in der Style Kitchen, damals noch in Issum, wird der indische Gast mit Lederproben und einer Mischung aus Skepsis und Hoffnung in Richtung Osten verabschiedet. Zwei Monate quälender Wartezeit, mal siegt die Hoffnung, mal der Zweifel. Auf dem Weg zurück in die Heimat gingen die Lederproben irgendwo im Nirgendwo zwischen Deutschland und Indien oder in den Tiefen des Ozeans verloren. Wer weiß das schon. Keine Proben, keine Musterexemplare. Enttäuschung auf beiden Seiten? Stagnation?

Nein, versprochen ist versprochen, ein Mann ein Wort. Der Hersteller machte sich ohne Proben ans Werk, versuchte sich der Besonderheiten, der kleinen noch unbekanntem Marke, die auf ihn zwar eigensinnig, fast stur, aber unglaublich sympathisch und liebenswürdig wirkte, zu erinnern. Ein Erfolg? Zwei Monate später traf man sich voll beiderseitiger Spannung, Vorfreude und Unsicherheit wieder.

Bis heute ist der „Verlust“ der Proben der Ursprung der besonderen Ledereigenschaften einer jeden aunts&uncles Tasche. Die aus den Werten und Erinnerungen an die Marke hergestellten Muster übertrafen alle Erwartungen von Angelika und Sven Scheurer samt Team.

Ein Leder, mit Ecken und Kanten, belastbar und langlebig, pur, ein Hauch von Ursprünglichkeit, eigensinnig, authentisch, individuell und doch ein alter Bekannter.

aunts&uncles ist und bleibt sich treu. Ihre Taschen produziert die Marke konsequent nach diesen Kriterien und garantiert eine möglichst faire Herstellung. Die Produkte transportieren mehr als nur ein Sammelsurium all der vielen Dinge, die Mann und Frau täglich bei sich haben müssen. Sie haben sich Werten verpflichtet, die auf Vertrauen basieren.

Wer aunts&uncles kauft, kauft bewusst, entscheidet sich in Ruhe für das Schöne, belohnt sich, zollt sich Anerkennung, statt oberflächlicher Aufmerksamkeit.

aunts&uncles sind neben Angelika und Sven Scheurer, kreative Hand und Entdeckerin und ehrbarer Stratege, Gründer und Markenwächter, Grundsteinleger Eckehard Scheurer, ruhiger Beobachter und Ökonom Frank Dombrowski und Birte Eickhaus, gute Seele des Vertriebs und wachsames Auge. Ihnen stärkt ein begeistertes und zuverlässiges Team den Rücken.

Gemeinsam arbeiten die Tanten und Onkel unablässig und voller Tatendrang an der steten Weiterentwicklung der Marke, der Erhaltung des

Qualitätsstandards und neuen treuen Produkten. Der Markenname, als Ergebnis einer ausführlichen soziodemografischen gesellschaftlichen Studie zu den Themen „Familie, Gemeinschaft und 'alte Werte'“, verspricht Vertrautes, bietet dem Endverbraucher einen Ruhepol, einen Rückhalt, assoziiert einen treuen Begleiter fürs Leben. Die verschiedenen Familien bieten generationsübergreifend für jeden einen passenden Charakter. Der eigensinnige „Nick“, der großspurige „Joe“, der lässige „Judd“, Mrs. Muffin, das Gedächtniswunder oder Team-Leader Mr. Coach.

Massenwarenständer wird man von aunts&uncles niemals finden. aunts&uncles ist aufgebrochen, den Markt zu erobern und auf dem Weg zur Premiummarke die Nische für hoch- und wertgeschätzte und liebevolle Produkte zu besetzen. Wer im Besitz eines aunts&uncles Produktes ist, gehört ab sofort zur Familie. Jedes neue Mitglied entwickelt die Geschichte weiter und trägt seinen persönlichen Teil zur Verwandtschaft bei. Als Teil des Clans ist man Bestandteil der aunts&uncles Familie, trägt sie nach draußen und erzählt eine Geschichte, jeder auf seine eigene individuelle Art und Weise...