

## Porträt

### Amorelie - die neu definierte Erotik: Vom Startup zum erfolgreichen Erotikversender

Ideen, Visionen und Mut sind sicher drei besonders wichtige Eigenschaften, wenn es um die Neugründung eines Unternehmens geht. Die Erfolgreichen unter den Jungunternehmern sind beispielgebend - nicht nur für die noch Unentschlossenen, sondern auch für bereits Etablierte. Einige dieser erfolgreichen Neugründungen möchten wir Ihnen von heute an in loser Reihenfolge vorstellen.



Lea-Sophie Cramer, Mitgründerin des Erotikversenders Amorelie

„Wirklich oft verglichen werde ich nicht mit ihr“, sagt Lea-Sophie Cramer, Gründerin von Amorelie, und meint damit Beate Uhse, Pionierin des Versandhandels und der Erotik in Deutschland.

Was bei Uhse kurz nach dem Zweiten Weltkrieg mit neutralen Verpackungen und einem beinahe täglichen Konflikt mit dem Staatsanwalt begann, ist längst zur Normalität geworden – und irgendwie doch auch wieder nicht.

#### Umsatz in zweistelliger Millionenhöhe

„Viele traditionelle Anbieter haben einen Trendwechsel in unserer Gesellschaft verschlafen“, glaubt Cramer. Die hypersexualisierten Angebote, die sich vorwiegend über Pornofilme für ein männliches Publikum definieren, sieht sie als überholt an: „Den Geschmack der Kunden bestimmen heute TV-Serien wie 'Sex and the City' oder Bücher wie 'Shades of Grey'. Der Erfolg scheint ihr Recht zu geben: Zwei Jahre nach der Gründung melden Cramer und ihr Mitgründer Sebastian Pollok mit dem Erotikversand Amorelie einen Umsatz im zweistelligen Millionenbereich.“

#### Mit hochwertigem Design punkten

'Shades of Grey' war der Auslöser für die Gründung. Lea-Sophie Cramer bemerkte in einem Zug, wie Frauen unterschiedlichen Alters ganz selbstverständlich dieses Buch lasen. Einen passenden Ort, um sich über die dort beschriebenen Produkte zu informieren, bot das Netz aber nicht. Cramer: „Traditionell verstaubte Anbieter präsentieren eher mysteriöse Erotikprodukte in einschüchternder Atmosphäre.“

#### Der Direktvertrieb heißt 'Toyparty'

Amorelie will hingegen mit hochwertigem Design punkten und dies auch adäquat präsentieren. „Tolle Produkte, die das Liebesleben bereichern, gehören nicht in die Schmutzdecke, sondern in die Mitte der

Gesellschaft“, fordert die Gründerin. Zielgruppe sind zu 60 Prozent Frauen und zu 40 Prozent Männer; im Alter ab etwa 25 Jahren aufwärts. Gebildet und neugierig sind zwei der Attribute, die ihnen Amorelie zuschreibt. Entsprechend muss auch die Kommunikation ausfallen. Anonymität spielt dabei eine besondere Rolle – sei es in der direkten Beratung oder in einem der Livechats. Erst recht gilt dies für den Direktvertrieb, der bei Amorelie 'Toyparty' genannt wird. Für Cramer nicht nur ein weiterer Kanal der Vermarktung: „Auf den Partys erfahren wir aus erster Hand, was die Frauen wünschen und welche Bedürfnisse sie haben.“

#### Die eigene Geschäftsidee fungiert als Motivation

Lea-Sophie Cramer hat sich nicht leichtfertig in das Abenteuer der Selbstständigkeit gestürzt. Ein BWL-Studium und Berufsstationen bei Boston Consulting, den Samwer-Brüdern und Groupon sind sehr ansehnlich für eine Frau von gerade Mitte Zwanzig.

Sie bezeichnet Herausforderungen als Motivation: „Im Hinblick auf die externen Finanzgeber steht man schon unter einem gewissen Druck. Doch die Motivation, die eigene Geschäftsidee wachsen zu sehen, ist viel größer.“

„Für das weitere Wachstum soll Amorelie ab 2015 auch international aktiv werden. Und Cramer muss sich der Nachahmer erwehren: „Viele haben erkannt, dass unser neues Konzept sehr gut bei den Kunden ankommt.“ Sich weiterhin von den Wettbewerbern abzuheben, werde daher zur besonderen Herausforderung

*Über den Autor: Holger Albers arbeitet als Autor, Coach und Kommunikationsberater in Wiesbaden*

#### Amorelie in Zahlen

Gründungsjahr: 2012  
 Rechtsform: GmbH  
 Gründer: Lea-Sophie Cramer und Sebastian Pollok  
 Investoren: U.a. ProSiebenSat1, Pawa Ventures, Otto Capital und German Startup Group  
 Zahl der Mitarbeiter bei Gründung: 2  
 Zahl der Mitarbeiter heute: 52  
 Umsatz: achtstellig