

Tekst 5

Die Socken-Bändiger

Zwei Berliner haben die Lösung für das „Lost-Sock“-Phänomen: Ein Abonnement übers Internet

von Tobias Führmann

Hans Peter Erenkamp ist ein eher nüchterner Mensch. Der Zehlendorfer ist gelernter Betriebswirt. Beim Umweltbundesamt in Grünewald ist der 38-Jährige gerade dabei, eine Kosten- und Leistungsrechnung einzuführen. Transparenter sollen die Arbeitsabläufe in der Behörde werden und damit auch kostengünstiger. Erenkamp ist ein Freund klarer Zahlen und durchschaubarer Vorgänge.

Umso schlechter war für Hans Peter Erenkamp das Schauspiel nachzuvollziehen, das sich jahrelang immer wieder in seiner Waschmaschine abspielte. Wenn er die nassen Stücke zum Trocknen aufhängte, passten die Socken oftmals nicht zueinander. Im Schrank landeten 20 Einzelgänger.

„Das mit den Socken ist Zauberei“, glaubt Erenkamp inzwischen. Längst ist er 21 dazu übergegangen, nur noch schwarze Socken zu tragen. So war wenigstens die Farbe identisch. Weil Erenkamp – wie wohl die meisten Menschen – Fußbekleidung nur bei Bedarf und dann nicht ausschließlich von ein und derselben Marke kaufte, hatte sich das Problem nur verlagert, nicht aber gelöst: Abnutzungsgrad und Länge differierten weiter.

Das Problem ist ein internationales, im Internet sprechen zahlreiche Einträge vom Phänomen „Lost-Sock“ (verlorene Socke), und es ist schon in Umfragen untersucht worden (danach kämpfen 43 Prozent der Befragten nach dem Waschgang mit den unsortierten Socken).

Da ist es nicht 22, dass der Literaturwissenschaftler Peter Dannenberg und der Geologe Kai Krüger ähnlich unerfreuliche Erfahrungen mit ihren Socken gemacht haben. Auf der Suche nach einer zündenden Geschäftsidee haben die beiden Berliner gleich



nach ihrem Studium deswegen „soxinabox“ erfunden – das Socken-Abo übers Internet.

Das erste und einmalige Schwarzstrumpf-Abonnement war im Juni 2000 geboren. Betriebswirt Hans Peter Erenkamp wurde der erste Kunde. „Der Name ist Programm. Wir verschicken unsere schwarzen Socken direkt in den Briefkasten unserer Kunden“, sagt Peter Dannenberg. Man kann unter Angabe der Schuhgröße neun oder zwölf Paar schwarze Socken pro Jahr als Abo bestellen. Die Socken bekommt man dann zwischen ein- bis viermal im Jahr zugeschickt. Je nach Abo-Art und Häufigkeit der Lieferung liegt der Preis zwischen 90 und 130 Mark.

Vier Monate lang ließen die findigen Geschäftsleute Freunde und Bekannte rund 20 unterschiedliche Paar schwarzer Socken 23. Das Ergebnis: „Das Produkt, für das wir uns entschieden haben, besteht aus 100 Prozent Baumwolle“, wirbt Dannenberg. „In der Qualität ist es vergleichbar mit denen in großen Kaufhäusern in der Preislage um die 20 Mark pro Paar.

Der Vorteil 24 liegt auf der Hand: Die Socken sind identisch und jederzeit kombinierbar, der Einkauf größerer Stückzahlen lässt zumindest darauf hoffen, zwei ähnlich aussehende Stücke an den Füßen zu tragen. Die Idee hat gezündet: „Das Geschäft boomt mittlerweile. Wir haben momentan knapp über 800 Abonnenten, mit leicht steigender Tendenz“, sagt Dannenberg. In der zweiten Hälfte des Jahres wird das Angebot erweitert: „Viele Kunden, die im Bankgewerbe tätig sind, haben nach Kniestrümpfen gefragt, weil die Socken beim Übereinanderschlagen der Beine einfach zu kurz sind“, berichtet der Jungunternehmer. 25 ist nichts Geringeres geplant als die Revolution: „Im Herbst wollen wir anthrazitfarbene Socken anbieten.“

Berliner Zeitung

■ Tekst 5 Die Socken-Bändiger

Kies bij iedere open plek in de tekst het juiste antwoord uit de gegeven mogelijkheden.

1p **20** ■

- A immer mehr
- B immer weniger
- C nicht länger

1p **21** ■

- A aber
- B außerdem
- C deshalb
- D nämlich

1p **22** ■

- A interessant
- B glaubwürdig
- C verständlich
- D verwunderlich

1p **23** ■

- A kaufen
- B sortieren
- C testen
- D verschicken

1p **24** ■

- A der Einheitlichkeit
- B des Internets
- C des Materials
- D des Preisniveaus

1p **25** ■

- A Außerdem
- B Darum
- C Stattdessen
- D Trotzdem