

Veilige en duurzame kraamcadeaus voor de mooiste baby's ter wereld

Uit eigen ervaring weten Lex Knobben en Kevin Zuidhof dat kraamartikelen soms te wensen overlaten. Zij besloten dat het ook anders kan.

Eva van Mossevelde

AMSTERDAM

De inrichting van het Laladoo-kantoor, met steigerhouten tafels, juten kleden en veel wit, is stijlvol en puur: precies wat oprichters Lex Knobben (48) en Kevin Zuidhof (37) willen uitstralen met hun bedrijf in 'kraamcadeaus met een verhaal'. Aan de kantoorruimte grenst een schoolplein waar af en toe opgewonden kinderstemmen klinken, waaronder misschien wel de stem van Livia Zuidhof, het meisje dat 2,5 jaar geleden haar vader inspireerde om veilige en duurzame babyartikelen te produceren.

'Wist je dat 75 procent van het kinderspeelgoed in Europa toxisch is?' Met die wetenschap besloten Knobben en Zuidhof babykleding en speelgoed te ontwikkelen dat goed is voor kind én milieu. 'Maar design en kwaliteit staat voorop', geeft Zuidhof aan. Zijn partner knikt instemmend: 'Iedere ouder vindt zijn baby de mooiste ter wereld en het kraamcadeau moet dat bevestigen.' Daarom hebben ze een ontwerper van Tommy Hilffiger aangetrokken, die de producten ontwerpt volgens Dutch Design.

Om het tere babyhuidje en het milieu te beschermen is alles gemaakt van biologisch katoen dat vrij is van chemicaliën. Maar zulk katoen is toch altijd puur natuur? 'Nee hoor', zegt Knobben. 'Biologisch betekent alleen dat de katoenplant niet bespotten is. Vervolgens wordt de stof vaak alsnog met chemische middelen bewerkt zodat het zacht en soepel wordt. Terwijl dit ook met natuurlijke middelen kan.'

De ondernemers besloten duurzaamheid tot in de kleinste details door te voeren. Zo is de plastic ogen- de shaker beker, waar in de supermarkt fruit in zit en Laladoo de cadeautjes in verpakt, gemaakt van mais. En die schuimvlokken dan, die als opvulmateriaal dienen? '100 procent maïs en aardappelzetmeel', licht Knobben toe. Hij dompelt een groene vlok onder in een glas water en binnen twintig seconden is deze volledig opgelost. Voor de cadeaukaarten hebben ze een wel heel originele



Lex Knobben en Kevin Zuidhof: 'Elk product moet een klassieker worden.' BAS BEENTJES

'Wist je dat 75 procent van het kinderspeelgoed in Europa toxisch is?'

oplossing. 'De persoonlijke tekst van de gever printen we met inkt die bakkers gebruiken op taarten.'

Anderhalve maand is Laladoo nu op de markt met een rompertje, muts, slabber en speeldoekje. Er zijn plannen om de collectie verder uit te breiden, bijvoorbeeld met een speen of speeltjes voor in de wieg, maar mutsjes in andere designs hoeven we niet te verwachten. 'Elk product moet een klassieker worden.'

Een klassieker met een prijskaartje, dat wel. Goedkoop zijn de spullen

namelijk niet, met bijna 30 euro voor een rompertje. Vandaar dat de mannen zich vooral op de cadeaumarkt richten: 'Je koopt geen voordeelverpakking van vijf rompertjes waar je er bij elke geboorte één uithaalt.'

Achter in het kantoor staan grote dozen met daarin de eerste order van 3.500 artikelen. De productiekosten zijn betaald door particuliere investeerders. 'Toen we die aantrokken hadden we het voorwerk al grotendeels gedaan met eigen geld en leningen van kennissen.' Over drie jaar hopen ze zwarte cijfers te schrijven.

Momenteel is de omzet nog beperkt, geven de mannen eerlijk toe, maar ze willen dan ook rustig bouwen aan hun imago en naamsbekendheid. 'We willen niet in één keer te hard gaan. Het gevaar is dat je dan de controle over je merk verliest.'

Maar stilstaan doen ze niet. Vooral nog worden de Laladoo-artikelen alleen verkocht via de webshop en in een kledingwinkel in Haarlem, maar er lopen al gesprekken met een aantal grote partijen.

Met babywinkels en de Bijenkorf, bijvoorbeeld, en met TNT en een aantal ministeries die elk jaar weer met een verrassend kerstpakket moeten komen. Maar ook met drie forse gemeentes ('meer dan 100.000 inwoners'), in de hoop dat het presentje dat kersverse ouders krijgen bij de geboorteaangifte voortaan een Laladoo-product is. Zelfs een aantal belangrijke spelers uit Duitsland en Italië hebben interesse getoond.

En internationale ambitie hebben Knobben en Zuidhof zeker. 'Over tien jaar is Laladoo hét kraamcadeau van Europa.' ●