



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



So starten Sie ein Hoodie-Business: Der Praxisleitfaden für Gründer von der Nische bis zur Nachbestellung

Details

Kurzantwort: Um ein Hoodie-Business zu starten, wählen Sie eine Nische, die Sie direkt erreichen, validieren Sie sie mit bezahlten Vorbestellungen und entscheiden Sie sich für Print-on-Demand (kein Lagerbestand) oder für eine Kleinserie mit besserer Marge pro Stück. Kalkulieren Sie aus Ihren vollen Einstandskosten, prüfen Sie eine Musterserie im Waschtest und schreiben Sie dann eine Spezifikation fest, damit jede Nachbestellung dem ersten Drop entspricht.

Wenn Sie sich damit beschäftigen, wie man ein Hoodie-Business startet, haben Sie wahrscheinlich schon ein Design, eine Community oder eine Markenidee. Was Sie jetzt brauchen, ist eine Abfolge, die Ihr Geld schützt. Dieser Leitfaden behandelt Nischenvalidierung, die Wahl des Produktionsmodells, die Preiskalkulation für die Marge, den Test einer Kleinserie und die Skalierung zu Nachbestellungen mit einem Produktionspartner. Nicht behandelt wird, wie man Veredelungsverfahren oder Rohlingsmaterialien auswählt. Diese Themen finden Sie auf unserer Seite über [individuelle Pullover-Hoodies](#). Dorthin verlinkt dieser Leitfaden, sobald Sie diesen Schritt erreichen.

Warum die meisten ersten Hoodie-Drops ins Stocken geraten

Der übliche Fehler ist kein schlechtes Design, sondern ein Fehler in der Reihenfolge. Gründer bestellen Ware, bevor die Nachfrage bewiesen ist, schätzen die Größenverteilung, kalkulieren allein aus den Rohlingskosten und erfahren erst nach den ersten Beschwerden über das Waschen, dass Druck oder Passform nicht halten. Jeder Fehler ist für sich genommen klein. Zusammen führen sie zu unverkauften XXL, dünnen Margen und einer zweiten Bestellung, die nicht zur ersten passt.

Der Markt gleicht diese Fehler nicht für Sie aus. Die 2025 U.S. Schätzung des Distributor-Umsatzvolumens der PPAI bezifferte den Umsatz der Werbeartikel-Distributoren auf \$27,13 Milliarden, ein Plus von nur 1,3 % gegenüber dem Vorjahr, und die Zusammenfassung des Verbands lautete, viele Distributoren hätten „mehr verkauft, aber weniger verdient“ ([PPAI-Schätzung des Umsatzvolumens^{\[1\]}](#)). In derselben Veröffentlichung erwarteten 60 % der Distributoren für 2026 höhere Umsätze, aber nur 53 % erwarteten bessere Gewinne. Die Nachfrage nach Logo-Bekleidung ist vorhanden. Die Marge müssen Sie sich erarbeiten.

Die Lösung besteht darin, das Business in einer festen Reihenfolge aufzubauen, mit einer Go/No-go-Prüfung bei jedem Schritt. Der Rest dieses Artikels legt diese Reihenfolge dar.

Inhalt

1. [Was ein Hoodie-Business tatsächlich ist](#)
2. [So starten Sie ein Hoodie-Business in sieben Schritten](#)
3. [Produktionsmodelle im Vergleich](#)
4. [FAQ](#)
5. [Wichtigste Erkenntnisse](#)
6. [Fazit](#)

Was ein Hoodie-Business tatsächlich ist (und welches Sie aufbauen)

Ein Hoodie-Business verkauft veredelte Fleece-Kleidungsstücke unter einer Marke, die der Käufer wiedererkennt – sei es ein Streetwear-Label, die Merch-Linie eines Creators, ein Fitnessstudio oder ein Vereinsshop. Sie müssen nichts nähen. Die meisten Gründer kaufen fertige Rohlinge und lassen sie von einem Partner veredeln. Deshalb geht es bei den eigentlichen Entscheidungen um Cashflow, Lagerrisiko und Konsistenz statt um Maschinen.

Gründer lassen sich meist einem von vier Modellen zuordnen:

- **Print-on-Demand (POD):** Jeder Hoodie wird erst veredelt und versendet, nachdem ein Kunde bezahlt hat. Sie halten keinen Bestand.
- **Kleinserie:** Sie bestellen einen Produktionslauf veredelter Hoodies, halten den Bestand und versenden ihn selbst oder über einen Fulfillment-Dienstleister.
- **Private Label:** Wie die Kleinserie, plus individuelle Nackenetiketten, Hängeetiketten und Verpackung, sodass das Kleidungsstück als Ihr eigenes Produkt wirkt und nicht wie ein veredelter Rohling.
- **Organisations-Merch:** Ein Team, ein Unternehmen oder ein Event verkauft an eine bekannte Gruppe mit festem Termin und bekannter Personenzahl.

Viele Gründer etablieren Hoodies als Kernprodukt, indem sie diese Modelle der Reihe nach durchlaufen. Sie starten mit POD, um zu lernen, was sich verkauft, und verlagern bewährte Designs in die Kleinserie, sobald die Zahlen eine Lagerhaltung rechtfertigen.



So starten Sie ein Hoodie-Business in sieben Schritten

Schritt 1: Wählen Sie eine Nische, die Sie ohne bezahlte Werbung erreichen

Eine Nische ist nur tragfähig, wenn Sie die konkreten Orte nennen können, an denen sich ihre Käufer

bereits versammeln, etwa ein Discord-Server, ein Laufclub, ein Subreddit, eine Schule oder eine E-Mail-Liste, die Sie selbst kontrollieren. Führt der einzige Weg zu den Käufern über bezahlten Traffic, muss Ihre Marge vom ersten Tag an die Kundengewinnung tragen – das schaffen die meisten ersten Drops nicht. Notieren Sie drei erreichbare Kanäle und schätzen Sie, wie viele Menschen jeder davon tatsächlich erreicht. Können Sie diese Liste nicht ausfüllen, grenzen Sie die Nische weiter ein, bis es gelingt.

Schritt 2: Mit Geld validieren, nicht mit Likes

Mockups und Umfragen messen Interesse. Vorbestellungen und Anzahlungen messen Nachfrage. Starten Sie ein kurzes Vorbestellfenster, in der Regel ein bis 2 Wochen, mit flachen Mockups von zwei oder drei Designs. Legen Sie vor dem Start Ihre Go/No-go-Schwelle fest: die Zahl bezahlter Bestellungen, die nötig ist, um Ihre Musterkosten plus Ihren ersten Produktionslauf zu decken. Diese berechnen Sie mit der Break-even-Formel in Schritt 4. Vorbestellungen liefern außerdem etwas, das Raten nicht liefern kann: eine reale Größenverteilung. Legen Sie damit Ihre Größenstaffel fest, statt ein generisches Verhältnis zu übernehmen.

Schritt 3: Wählen Sie Ihr Produktionsmodell

POD beseitigt das Lagerrisiko, bietet aber die geringste Marge pro Stück und die geringste Kontrolle darüber, welcher Rohling und welche Ausführung bei der Kundschaft ankommen. Die Kleinserie verbessert Stückkalkulation und Konsistenz, bindet aber Kapital im Bestand, und jede unverkaufte Größe ist ein direkter Verlust. Die Vergleichstabelle unten zeigt die Abwägungen. Branchenquellen erwarten, dass Gründer Verfahren mischen, statt sich auf eines festzulegen. Ein Ausrüstungsspezialist, der von [Graphics Pro](#)^[2] befragt wurde, sagte: „Die Leute kommen zu DTG zurück“, nach 2 Jahren, in denen sich die Aufmerksamkeit überwiegend auf DTF richtete. In der Praxis kann dieselbe Marke Einzelstücke digital drucken und bewährte Designs in der Kleinserie fertigen lassen.

Schritt 4: Den Preis aus den Einstandskosten auf die Marge hin kalkulieren

Den Preis allein aus dem Angebot für Rohling plus Druck abzuleiten, ist der häufigste Rechenfehler. Setzen Sie Ihre gesamten Einstandskosten pro Stück (C) aus allen folgenden Positionen zusammen:

- Veredelungskosten pro Stück laut Angebot Ihres Partners
- Muster und Einrichtung, auf den Produktionslauf umgelegt
- Eingangsfracht und etwaige Einfuhrzölle
- Verpackung, Etiketten und Anhänger
- Zahlungsabwicklung sowie Marktplatz- oder Plattformgebühren
- Ausgehender Versand, den Sie tragen, plus Kommissionierung und Verpackung
- Rücklage für Retouren, Umtausch und Fehldrucke

Legen Sie den Preis anschließend nach der Formel **Preis = C ÷ (1 – Ziel-Bruttomarge)** fest. Die resultierenden Multiplikatoren auf C betragen 1,67× bei einer Marge von 40 %, 2,0× bei 50 %, 2,5× bei 60 % und 3,33× bei 70 %. Prüfen Sie das Ergebnis daran, was Ihre Nische tatsächlich zahlt. Liegt der Preis, den Ihre Zielmarge verlangt, über dem, was Ihre Vorbesteller gezahlt haben, ändern Sie den Kostenaufbau und nicht nur den Preis. Berechnen Sie abschließend **Break-even-Stückzahl = fixe Startkosten ÷ (Preis – variable Kosten pro Stück)**. Diese Zahl wird in Schritt 2 zu Ihrer Go/No-go-Schwelle.



Schritt 5: Eine Kleinserie testen, bevor Sie den vollen Produktionslauf starten

Einen individuellen Hoodie zu erkennen, der hochwertig genug ist, um Ihre Marke zu tragen, erfordert Belege, keine ersten Eindrücke. Ein Druck kann frisch aus dem Beutel perfekt aussehen und nach dem Waschen trotzdem reißen. Bestellen Sie Muster mindestens in Ihrer kleinsten und größten Größe und unterziehen Sie sie einem wiederholbaren Waschprotokoll. AATCC TM61, der beschleunigte Waschtest der Branche, simuliert den Farbverlust von fünf Haushaltswäschen in einem 45-Minuten-Zyklus und bewertet die Ergebnisse auf einem Graumaßstab von 5 (keine Veränderung) bis 1 (starke Veränderung). Wenn Sie zu Hause testen, folgen Sie dem Pflegeetikett, das Sie drucken wollen, und messen Sie dann bei jeder Größe Brustweite, Körperlänge und Ärmel vor und nach dem Waschen. Unabhängige Beschaffungsleitfäden warnen, dass schlecht vorgeschrumpfte Rohlinge je nach Größe unterschiedlich stark einlaufen können, was Ihre Größenstaffel nach der ersten Wäsche durcheinanderbringt. Dehnen Sie die Stelle mit der meisten Druckfarbe von Hand und prüfen Sie sie auf Risse. Fällt ein Muster durch, korrigieren Sie die Spezifikation, bevor Sie den Produktionslauf bestellen.

Bei der Wahl zwischen Veredelungsverfahren und Rohlingsgewichten hilft unser [Leitfaden zu individuellen Pullover-Hoodies](#) – er erklärt, wie Motiv, Stückzahl und Stoffseite das Ergebnis beeinflussen, weshalb dieser Artikel das nicht wiederholt.



Schritt 6: Die Formalitäten klären, bevor Sie verkaufen

Ihr eigenes Nackenetikett macht aus einem veredelten Rohling Ihr Produkt – und es bringt rechtliche Pflichten mit sich. Nach den Textilvorschriften der FTC muss das Etikett den Faseranteil nach Gewicht, das Herkunftsland sowie den Namen des Herstellers oder die RN angeben ([16 CFR Part 303^{\[3\]}](#)). Es braucht außerdem Pflegehinweise ([16 CFR Part 423^{\[4\]}](#)). Wenn Sie auf einen Rohling mit anderer Fasermischung wechseln, muss sich auch das Etikett ändern ([Textile World^{\[5\]}](#)). Fleece gilt nach den CPSC-Hinweisen zur Entflammbarkeit als Gewebe mit erhabener Oberfläche ([CPSC^{\[6\]}](#)), mit Klassen gemäß [16 CFR 1610.4^{\[7\]}](#). Kindergrößen für Kinder bis einschließlich 12 benötigen außerdem dauerhafte [Rückverfolgbarkeitsetiketten^{\[8\]}](#). Die vollständige Zusammenfassung der Regeln finden Sie auf der [Produktseite](#).

Schritt 7: Mit festgeschriebener Spezifikation in Nachbestellungen skalieren

Bei Nachbestellungen gewinnt oder verliert ein Hoodie-Business seinen Ruf. Kunden, die im März eine Größe M gekauft haben, erwarten im Oktober dieselbe Passform. Verfassen Sie vor dem ersten Produktionslauf in der Kleinserie eine 1-seitige Spezifikation und lassen Sie sie von Ihrem Produktionspartner gegenzeichnen. Sie sollte Rohlingstyp und -farbe, Fasermischung, Veredelungsverfahren, Druckposition und -größe, Farben von Druckfarbe oder Garn, Etikettenposition sowie das Fold- und Verpackungsformat festhalten. Bewahren Sie ein freigegebenes Muster als physische Referenz auf. Fragen Sie bei jeder Nachbestellung, ob der Rohling aus derselben Stoffcharge stammt oder aus einer neuen, und prüfen Sie ein Stück jeder neuen Charge im Waschtest. Legen Sie für jedes Design und jede Größe einen Nachbestell-Auslöser fest, etwa wenn der Bestand weniger Verkaufswochen abdeckt als Ihre Produktions- und Versandzeit, damit Bestseller nicht ausverkauft sind und dann einen Monat lang leer stehen.

Wenn Ihre Rohlinge importiert werden, halten Sie Nachweise von der Faser bis zum Kleidungsstück bereit. Die CBP erließ 8 Withhold Release Orders und stoppte 3,138 Sendungen im Wert von etwa \$220,67 Millionen im FY2026 bis zum 30. Juni ([CBP^{\[9\]}](#)). Ein Zuschlag nach Section 301 von 10 % oder 12,5 % trat zudem am 2026-07-24 für die meisten Herkunftsländer in Kraft ([USTR^{\[10\]}](#)). Nehmen Sie den Zoll in Schritt 4 in Ihren Kostenaufbau auf und lesen Sie den Abschnitt zu den Einstandskosten auf

unserer [Pullover-Hoodie-Seite](#) für Details.



Produktionsmodelle im Vergleich

Die Tabelle unten vergleicht die vier Modelle anhand der Faktoren, die beim Start am wichtigsten sind. Preise bleiben bewusst außen vor. Die Kosten hängen von Motiv, Stückzahl und Rohling ab, holen Sie sie daher aus aktuellen Angeboten ein.

Kriterium	Print-on-Demand	Kleinserie	Private Label	Hybrid (POD zur Kleinserie)
Kapitaleinsatz zu Beginn	Am niedrigsten; nur Muster	Mittel; voller Produktionslauf wird vor dem Verkauf bezahlt	Am höchsten; Produktionslauf plus Etiketten und Verpackung	Anfangs niedrig, steigend, sobald sich Designs bewähren
Lagerrisiko	Keines	Unverkaufte Größen sind ein direkter Verlust	Wie bei der Kleinserie, zusätzlich Bestand an Markenverpackung	Auf bewährte Designs begrenzt
Marge pro Stück	Am geringsten; das Fulfillment steckt in den Stückkosten	Besser, wenn die Größenstaffel komplett abverkauft wird	Beste wahrgenommene Wertigkeit pro Stück	Verbessert sich, wenn die Menge in die Kleinserie wandert
Kontrolle über Rohling und Ausführung	Auf den Katalog beschränkt	Sie wählen den Rohling und geben ein Muster frei	Volle Spezifikation, einschließlich Nackenetikett	Wächst mit der Zeit

Kriterium	Print-on-Demand	Kleinserie	Private Label	Hybrid (POD zur Kleinserie)
Konsistenz bei Nachbestellungen	Kann zwischen Druckpositionen abweichen	Stark mit festgeschriebener Spezifikation	Am stärksten; Spezifikation plus Referenzmuster	Stark, sobald in der Kleinserie
Beste Phase	Designs und Zielgruppen testen	Validierte Nische mit Vorbestelldaten	Etablierte Marke mit Stammkäufern	Die meisten Erstgründer

Der Online-Kanal ist für jedes Modell wichtig. Die PPAI meldete \$7,1 Milliarden an Online-Umsätzen der Distributoren im Jahr 2025, 26,3 % des Gesamtumsatzes. Eine von Oxford Economics im Auftrag der PPAI durchgeführte Studie bezifferte die gesamten Ausgaben für Werbeatikel in den USA auf \$174 Milliarden ([PPAI und Oxford Economics^{\[11\]}](#)). Darin sind lizenzierte Waren enthalten; verstehen Sie die Zahl daher als Obergrenze der Kategorie und nicht als Ihren adressierbaren Markt.

FAQ

FAQ: Wie viel Geld brauche ich, um ein Hoodie-Business zu starten?

Das hängt vom Modell ab. POD braucht kaum mehr als Muster und einen Onlineshop. Die Kleinserie braucht genug Kapital, um einen vollen Produktionslauf zu bezahlen, bevor Sie verkaufen. Statt eine Summe zu raten, addieren Sie Ihre fixen Startkosten (Muster, Einrichtung, Etiketten, Onlineshop, erste Marketingaktion) und nutzen Sie die Break-even-Formel in Schritt 4, um zu sehen, wie viele Stücke Sie verkaufen müssen. Lassen Sie sich dann von einem Produktionspartner ein Angebot für Ihr tatsächliches Motiv und Ihre Stückzahl geben.

FAQ: Kann ich mit individuellen Hoodies ohne Mindestbestellmenge starten?

Ja. Mit POD und digitaler Veredelung können Sie mit Einzelstücken beginnen – der sauberste Weg, Designs zu testen. Der Preis dafür sind höhere Stückkosten und geringere Konsistenz. Verlagern Sie Ihre Bestseller in eine Kleinserie, sobald Vorbestellungen oder Verkaufsdaten zeigen, welche Größen und Farben sich wirklich verkaufen.

FAQ: Wie stelle ich sicher, dass meine Hoodies hochwertig sind, bevor ich sie verkaufe?

Testen Sie Muster in Ihrer kleinsten und größten Größe im Waschtest, messen Sie sie vorher und nachher und dehnen Sie die am stärksten bedruckte Stelle, um auf Risse zu prüfen. Wenn Sie ein Laborergebnis wollen: AATCC TM61 simuliert fünf Haushaltswäschen in einem 45-Minuten-Test und liefert eine Note auf dem Graumaßstab, die Sie in Ihre Spezifikation schreiben können.

FAQ: Wie entscheide ich, wie viele Stücke ich von jeder Größe bestelle?

Nutzen Sie die Größenverteilung aus Ihren eigenen Vorbestellungen statt eines generischen Verhältnisses. Zeigt Ihr Waschtest am Muster ungleichmäßiges Einlaufen zwischen den Größen, korrigieren Sie den Rohling oder die Größentabelle, bevor Sie bestellen. Versuchen Sie nicht, das durch geänderte Mengen auszugleichen.

FAQ: Brauche ich eigene Etiketten, um Hoodies in den USA zu verkaufen?

Wird das Kleidungsstück unter Ihrer Marke verkauft, braucht es nach den FTC-Regeln Angaben zu Faseranteil, Herkunftsland, Name des Herstellers oder RN sowie Pflegehinweise. Kindergrößen für Kinder bis einschließlich 12 benötigen außerdem Rückverfolgbarkeitsetiketten. Unsere Produktseite

fasst die Regeln zusammen, die für Fleece-Pullover gelten.

FAQ: Wann sollte ich von Print-on-Demand auf die Kleinserie umsteigen?

Steigen Sie um, wenn sich ein Design so stetig verkauft, dass die Stückkalkulation der Kleinserie – nach Abzug von Lagerung und dem Risiko unverkaufter Größen – Ihre POD-Marge übertrifft. Rechnen Sie die Break-even-Formel mit einem Angebot für die Kleinserie durch. Wenn Sie diese Zahl innerhalb einer Verkaufssaison erreichen können, lohnt sich der Umstieg in der Regel.

Wichtigste Erkenntnisse

- **Die Nachfrage nach Werbetextilien ist real, das Wachstum aber langsam.** — \$27,13 Milliarden Distributorenumsatz im Jahr 2025 U.S., ein Plus von 1,3 % ([Quelle](#))
- **Gewinn ist schwerer zu erzielen als Umsatz.** — 60 % der Distributoren erwarteten für 2026 höhere Umsätze, aber nur 53 % erwarteten bessere Gewinne ([Quelle](#))
- **Der Online-Verkauf ist ein Hauptkanal, kein Nebkanal.** — \$7,1 Milliarden, das sind 26,3 % der Distributorenumsätze von 2025 ([Quelle](#))
- **Die Obergrenze der Kategorie ist groß; Ihre Nische macht sie erreichbar.** — \$174 Milliarden an Ausgaben für Werbeatikel in den USA ([Quelle](#))
- **Importierte Rohlinge brauchen den Zoll im Kostenaufbau.** — 10 % oder 12,5 % Zuschlag nach Section 301 seit 2026-07-24 ([Quelle](#))
- **Nachweise zur Lieferkette schützen Ihren Zeitplan für Nachbestellungen.** — 3,138 gestoppte Sendungen im FY2026 bis zum 30. Juni ([Quelle](#))
- **Kindergrößen bringen zusätzliche Kennzeichnungspflichten mit sich.** — Rückverfolgbarkeitsetiketten sind für Produkte vorgeschrieben, die für Kinder bis einschließlich 12 bestimmt sind ([Quelle](#))

Fazit

Zu lernen, wie man ein Hoodie-Business startet, heißt vor allem, die richtige Reihenfolge zu lernen. Erreichen Sie eine Nische, die Sie direkt ansprechen können, belegen Sie die Nachfrage mit bezahlten Vorbestellungen, wählen Sie das Produktionsmodell, das Ihr Kapital tragen kann, kalkulieren Sie aus Ihren vollen Einstandskosten, prüfen Sie im Waschtest, bevor Sie skalieren, und schreiben Sie eine Spezifikation fest, damit jede Nachbestellung dem ersten Drop entspricht. Wenn Sie ein validiertes Design in einen Produktionslauf überführen wollen, finden Sie die Details zu Veredelung, Rohlingen und Bestellung auf unserer Seite über [individuelle Pullover-Hoodies](#). Fordern Sie dort ein Angebot für Ihr Motiv und Ihre Stückzahl an.

Quellen

1. [PPAI, 2025 U.S. Schätzung des Distributor-Umsatzvolumens \(veröffentlicht am 2026-01-12\)](#) ↵
2. [Graphics Pro, „Was in der Textilveredelung im Trend liegt“, Paula Aven Gladych \(2026-05-19\)](#) ↵
3. [eCFR, 16 CFR Part 303: Regeln und Vorschriften nach dem Textile Fiber Products Identification Act](#) ↵
4. [eCFR, 16 CFR Part 423: Pflegekennzeichnung von Bekleidungstextilien](#) ↵
5. [Textile World, „Vermeiden Sie das Etikett ‚nicht konform‘“ \(Dezember 2025\)](#) ↵
6. [U.S. CPSC, Leitfaden für Bekleidungsunternehmen \(abgerufen im Oktober 2026\)](#) ↵
7. [eCFR, 16 CFR 1610.4: Anforderungen an die Klassifizierung von Textilien](#) ↵
8. [U.S. CPSC, Rückverfolgbarkeitsetiketten für Kinderprodukte](#) ↵

9. [U.S. Customs and Border Protection, Durchsetzung gegen Zwangsarbeit \(aktualisiert im September 2026\) ↵](#)
 10. [USTR, Faktenblatt: Maßnahme nach Section 301 zu Importverboten bei Zwangsarbeit \(Juli 2026\) ↵](#)
 11. [PPAI und Oxford Economics, „Ein Blick in den US-Markt für Werbeartikel im Wert von \\$174 Milliarden“ \(2026-09-22\) ↵](#)
-

Oktober 21, 2026