

„Nie am Ziel“

Im Interview mit schuhkurier spricht Sabine Lydia Müller, Expertin für nachhaltige Mode, über die Chancen nachhaltiger Schuhproduktion.



Zur Person

Sabine Lydia Müller ist Gründerin und erste Vorstandsvorsitzende von 'Daselbe in Grün e.V. – Verband der nachhaltigen Unternehmen'. Darüber hinaus fungiert sie bereits im fünften Jahr als Pressesprecherin der Innatex, Fachmesse für nachhaltige Textilien.

schuhkurier: Frau Müller, was beinhaltet der Begriff 'Nachhaltigkeit' eigentlich?

Sabine Lydia Müller: Der Begriff besteht – kurz gefasst – aus drei Säulen: umweltfreundlich, sozial und ökonomisch. Ein Unternehmen, das nachhaltig wirtschaftet, sollte alle drei Säulen berücksichtigen.

sk: Wie schätzen Sie das Thema Nachhaltigkeit derzeit ein – gerade auch im Schuhbereich? Stellen Sie fest, dass das

Interesse für nachhaltige Produkte bei den Konsumenten steigt?

S. L. M.: Schuhe sind globale Produkte und schon allein deswegen ist Nachhaltigkeit auch in diesem Bereich ein immer wichtigeres Thema. Zunehmend mehr Leute fragen nach Herstellungsbedingungen oder Giftstoffen in Materialien. Leder hatte lange Zeit einen guten Ruf, weil es als natürliches Produkt galt, mit dem 'man nicht viel falsch machen kann.' Der hat aber mittlerweile Risse bekommen. Gleichzeitig hat der Verbraucher

viel mehr Möglichkeiten als früher, sich rasch und umfangreich Informationen zu beschaffen. Auf der Innatex registrieren wir außerdem Jahr für Jahr mehr Aussteller – das Thema nimmt also sowohl beim Verbraucher als auch in der Industrie mittlerweile einen gewissen Raum ein.

sk: Was muss ein Hersteller beachten, wenn er sich mit dem Thema Nachhaltigkeit konstruktiv auseinandersetzen will?

S. L. M.: Authentizität und Transparenz sind hier die entscheidenden Stichworte. Darüber hinaus muss die Bereitschaft vorhanden sein, sich auf einen langwierigen Lernprozess einzustellen, der nie abgeschlossen sein wird. Denn ebenso wie die Konsumenten lassen sich auch die Produzenten auf etwas Neues ein. Das geht nicht von jetzt auf gleich, sondern erfordert viel Geduld und Mut. Schließlich begibt man sich auf unbekanntes Terrain.

sk: Ist es überhaupt möglich, zu 100% nachhaltig zu wirtschaften?

S. L. M.: Das ist meiner Meinung nach leider nicht möglich. Letztlich greift man immer in die Natur ein – die Frage ist nur, auf welche Art und Weise dies geschieht. Angesichts dieser scheinbar unlösbaren Aufgabe sollte man aber nicht die Hände in den Schoß legen und resignieren. Denn jeder Schritt hin zu mehr Nachhaltigkeit bringt etwas. Man ist vielleicht nie am Ziel, aber man kann zumindest versuchen, Klassenbester seiner Branche zu werden.

sk: Was muss ein Händler über das Thema wissen?

S. L. M.: Wichtig ist, sich so gut wie möglich über Herstellungsbedingungen zu informieren und diese kritisch zu hinterfragen. Man muss sich auf einen Dialog mit dem Produzenten einlassen. Zwar gibt es mittlerweile viele Gütesiegel, die

Orientierung bieten, aber viele Prozesse können nicht vollständig und jederzeit überprüft werden. Insbesondere bei großen Konzernen ist es oft schwierig, die Wertschöpfungskette wirklich vom Anfang bis zum Ende nachzuvollziehen. Umso entscheidender ist daher ein vertrauensvolles Verhältnis zueinander. Außerdem sollte man natürlich die Augen offen halten, die Medien verfolgen und thematisch einigermaßen auf dem neuesten Stand sein.

sk: Was würden Sie einem Schuhhändler raten, der beispielsweise vegane Schuhe in sein Sortiment integrieren möchte?

S. L. M.: Einfach anfangen! Das alte Sprichwort 'Es gibt nichts Gutes, außer man tut es' sollte man sich dabei wirklich zu Herzen nehmen. Man könnte zum Beispiel mit einer veganen Marke anfangen und das Sortiment stetig erweitern. Dabei sollte der Kunde mit ins Boot geholt und sein Feedback ernst genommen werden. Dazu gehört auch, sich auf kritische Fragen einzulassen und auf Augenhöhe mit dem Konsumenten zu kommunizieren. Ein ehrliches 'Ich fange auch gerade erst an, mich mehr mit dem Thema zu beschäftigen und lerne genau wie Sie noch dazu' kann da oftmals weiterhelfen.

sk: Wo findet der Verbraucher sinnvolle Informationen zu dem Thema?

S. L. M.: Das Internet ist hier natürlich die erste Adresse. Wichtig ist, da-



Auf der Innatex, Messe für nachhaltige Textilien, gewinnt der Schuh mehr und mehr an Bedeutung.

bei immer zu überprüfen, wer hinter einer Seite steckt und neutrale Seiten zu bevorzugen. Websites von großen nichtstaatlichen Organisationen sind gute Anlaufstellen, beispielsweise von Greenpeace Detox oder der Clean Clothes Campaign. Man muss selbst einen kritischen Blick entwickeln, anfangen, Informationen zu hinterfragen und gegebenenfalls nach Alternativen suchen.

sk: Viele Menschen erachten nachhaltige Produkte als sinnvoll, halten sie aber für zu teuer. Muss 'saubere Produktion' immer auch 'hochpreisig' bedeuten?

S. L. M.: Nachhaltigkeit hat natürlich ihren Preis, der allein durch die viel niedrigeren Stückzahlen zustande kommt. Grundsätzlich gilt aber meiner Meinung nach: Wer ohnehin bereit ist, viel Geld für ein Paar gute Schuhe auszugeben, der wird in diesem Segment auch im Bio-Bereich fündig. Aber letztlich entscheidet natürlich jeder selbst, was er unter Luxus versteht. *

*** Mehrwert**

Autor: Kristina Schulze / ks@sternefeld.de
Foto von Sabine Lydia Müller: Fabian Stürz
www.dasselbe-in-gruen.de



www.accatinoshoes.it

ACCATINO[®]
MADE IN ITALY
100% Made in Italy