

enorm 11/2014 + Das Magazin 1/2015 + Biorama 2/2015: Porträt Freitag

Hosen, die verrotten

Daniel und Markus Freitag haben sich mit Taschen aus LKW-Planen einen Namen gemacht. Jetzt treiben sie das Prinzip Kreislaufwirtschaft auf die Spitze

In einem Glaskasten im ersten Obergeschoss ihres Firmensitzes in Zürich liegt eine Art Puzzle aus Stofffetzen, überzogen mit Erdkrümeln und Stroh. Es bildet den Umriss einer Hose: Bund und Taschen sind noch gut zu erkennen, der Rest besteht aus Krümeln. Was aussieht wie der Fund von Archäologen, ist die neue Geschäftsidee der Schweizer Taschenhersteller Markus und Daniel Freitag: biologisch abbaubare Bekleidung aus Leinen, Hanf und Modal, einer Faser, die aus Buchenholz gewonnen wird.

Die Hosenrelikte haben die Brüder nach vier Monaten aus dem firmeneigenen Kompost ausgegraben und neben den ersten Entwürfen der Kollektion ausgestellt. Damit wollen sie demonstrieren, dass sie das Versprechen vom Beginn der Entwicklung gehalten haben: Kleidung herzustellen, die am Ende ihres Produktlebens nicht Abfall, sondern Kompost ist. Doch der Weg bis dahin war lang.

»F-ABRIC« haben Markus und Daniel Freitag die Kollektion und ihren selbst entwickelten Stoff getauft. Seit Kurzem im Handel: T-Shirts für Damen und Herren, ChinoHosen und Latzröcke in gedeckten Farben. Schlichte, robuste Basics für den Alltag. Und nicht nur das Gewebe, auch Futterstoff, Label und Webband verrotten nach dem Gebrauch vollständig. Übrig bleiben bei einer Hose nur die Knöpfe, die aber lassen sich abschrauben und für die nächsten Hosen verwenden – eine Erfindung, die sich die Schweizer patentieren ließen.

Zum Gespräch in Zürich erscheinen Markus und Daniel Freitag, 44 und 43 Jahre alt, in ihren neuen Kleidern: Daniel trägt zum Pulli die hellgrüne Chino, Markus hat das schwarze T-Shirt mit Knopfleiste und eine curryfarbene Chino an. »Wir suchten nachhaltige Arbeitskleidung für uns und unser Team und haben einfach nichts gefunden, das unseren Ansprüchen genügte, ähnlich wie damals bei den Taschen«, sagt Daniel Freitag.

Denken in Kreisläufen

Als sie Grafik studierten, fanden sie keine passen de Tasche, um ihre Entwürfe mit dem Fahrrad durchs verregnete Zürich transportieren zu können. Also nähten sich die beiden einfach selbst eine Tasche – aus

einer ausrangierten LKW-Plane, einem gebrauchten Autogurt und einem alten Fahrradschlauch. Das ist 21 Jahre her.

Heute hat die Firma 160 Mitarbeiter und produziert in NÄHEREIEN in der Schweiz, in Tschechien, Bulgarien, Frankreich, Portugal und Tunesien Taschen sowie Hüllen für Laptops, Tablets, Smartphones, auch Geldbeutel, alles Unikate. Neben den bunten »Fundamentals«-Taschen gibt es die einfarbige, klassischere »Reference«-Linie für die Zielgruppe der um die 40-Jährigen. 400.000 Stück verkauft Freitag im Jahr in zehn eigenen Shops in Europa und Japan, über 470 Händler weltweit und im eigenen Online-Store. Umsatzzahlen veröffentlichen sie keine. Eine der ersten Freitag-Taschen wurde in die Design-Kollektion des Museum of Modern Art in New York aufgenommen. In Japan genießen Markus und Daniel Freitag beinahe Popstar Status und müssen ihren Fans Autogramme geben.

Markus Freitag erklärt sich das auch mit der Unternehmensphilosophie. »Wir denken und handeln in Kreisläufen, das zieht sich durch unser ganzes Leben. Vom Kompost im Garten bis zu unserem Lieblingstransportmittel, dem Velo«, sagt er. »Und manchmal drehen auch wir uns im Kreis.« Beide lachen, denn fünf Jahre hat es gedauert, bis »F-ABRIC« nach mehreren Testrunden marktreif war. Der Taschenbetrieb lief weiter, und der Hang zum Perfektionismus der beiden kostete Zeit. Sie wollten die bekannte »Cradle to Cradle«-Philosophie des Chemikers und Verfahrenstechnikers Michael Braungart möglichst optimal umsetzen: Von der Wiege zur Wiege, so die Übersetzung, bedeutet auch, dass ein Produkt am Ende nicht Abfall ist, sondern zum Beispiel in Form von Kompost in den natürlichen Kreislauf zurückgeführt wird.

»Wir haben mit Braungart vor einigen Jahren zusammengearbeitet«, sagt Markus Freitag. Damals habe er ihren kompletten Taschenbetrieb durchleuchtet und Verbesserungsvorschläge gemacht. Als die Freitags über die kompostierbare Bekleidung nachdachten, merkten sie aber, dass sie als vergleichsweise kleine Firma gar nicht so leicht umsetzen können, was Braungart sie einst lehrte. »Ein Großkonzern kann Druck auf seine Lieferanten ausüben. Für uns ist es schwieriger, zu sagen: Du musst jetzt alles umstellen, und dann kaufen wir dir ein paar Meter Stoff ab.«

Sie ahnten auch, dass sie sich leicht in den komplexen Prozessen der Textilproduktion verirren könnten. Darum stellten sie gleich zu Beginn des Projekts eine Textilingenieurin, eine Designerin und eine Muster-schneiderin ein. Gemeinsam definierten sie einen Kriterienkatalog. So kam die Verwendung von Baumwolle nicht infrage – wegen der schlechten Ökobilanz, des hohen Wasserverbrauchs beim Anbau und der langen Transportwege. Die Herstellung des Stoffs und die Produktion der Bekleidung sollten in einem Radius von maximal 2500 Kilometern um Zürich stattfinden, damit die Fasern möglichst kurze

Wege zurücklegen. Und »F-ABRIC« sollte nicht nur kompostierbar, sondern auch robust sein.

Nicht auf schnelles Geld aus

So einfach das zunächst klingt, so problematisch ist es, will man das Prinzip über eine gesamte Lieferkette aufrechterhalten. »Bei den Taschen hatten wir es vergleichsweise leicht, da war das Material ja schon vorhanden«, so Markus Freitag. Für die »F-ABRIC«-Kollektion wollten die beiden Unternehmer aber ihr eigenes Gewebe herstellen lassen. Doch Anbauer, Produzenten und Webereien zu finden, die ihren Anforderungen genügen, erwies sich als schwierig.

Sie fanden schließlich heraus, dass die Flachsfasern Leinen und Hanf in Frankreich, Belgien und Holland angebaut werden – fast ganz ohne den Einsatz von Pestiziden. »Als wir die Fasern hatten, ging es um die Mischung des Gewebes: wie viel Hanf, wie viel Leinen oder Modal? Wir mussten die Materialien ja erst kennenlernen und uns an die gewünschte Qualität herantasten. Wie sind etwa die Schrumpfwerte, wenn man sie in die Waschmaschine steckt?« Dass der neue Stoff wie jeder andere auch Waschgänge übersteht und nicht im Kleiderschrank auseinanderfällt, war aber klar: Es braucht die Feuchtigkeit und die Wärme eines Komposthaufens sowie die Hilfe seiner Bewohner wie Bakterien, Pilze, Insekten und Würmer, um zum Beispiel eine Hose zu zersetzen.

Die nächste Herausforderung: »Als wir die »F-ABRIC«-Faser entwickelt hatten, kam ein paar Wochen später die Nachricht von der Insolvenz der deutschen Weberei, bei der wir fertigen lassen wollten. Deren Ingenieur hat uns zum Glück noch geholfen, sein Know-how zum nächsten Produzenten zu transferieren.« Bis der gefunden war, mussten sie aber zwölf Webereien anfragen.

Auch den geeigneten Nähfaden zu finden war ein Problem. Normalerweise wird ein Faden aus extrem reißfestem Polyester verwendet. Die Wahl fiel schließlich auf einen Naturfaden aus Lyocell, einer Zellulosefaser aus Buchenholz, robust genug für das feste Gewebe der Hosen. Doch damit war noch nicht Schluss. Die Labels an den Hosen sollten aus Schweizer Leder sein. Als die beiden Brüder einen Gerber besuchten, stellten sie fest, dass die Häute von brasilianischen Kühen stammten und in Polen vorgegerbt wurden. Nur der allerletzte Arbeitsschritt fand in der Schweiz statt. Jetzt sind Infos und Waschanleitungen auf der Innenseite des Hosenbunds aufgedruckt.

Und als schließlich die ersten Produktproben eintrafen, waren sie in Plastiktüten verpackt. »Da denkst du, das kann doch nicht wahr sein«, sagt Daniel Freitag. Ihre Lösung in diesem Fall: ein Beutel aus Kartoffelstärke.

Dass die Stücke der Kollektion teurer sind als die manch anderer Marken, verwundert bei dem Aufwand nicht: Ein T Shirt wird rund 60 Euro kosten, eine Hose gibt es für ungefähr 200 Euro; verkauft werden die ersten Teile in ausgewählten Freitag-Geschäften und bei verschiedenen Händlern in Europa. Andererseits hätten sie nicht mit den üblichen Margen kalkuliert, sagen sie – und lägen also unter den Preisen, die andere Hersteller für so eine Linie verlangen würden.

*Und als schließlich die ersten Produktproben eintrafen,
waren sie in Plastiktüten verpackt*

Bei der Präsentation der Kollektion beließen sie es nicht bei dieser Neuerung. Sie stellten zusätzlich eine weitere Idee vor: einen Rucksack, bei dem der neue, kompostierbare Stoff mit Elementen aus LKW-Planen kombiniert wird. Noch ist das ein Gedankenspiel. Doch so ein Rucksack könnte nach Gebrauch komplett wiederverwendet werden.

Wie schnell das neue Geschäftsfeld ausgebaut wird, hängt auch von der Entwicklung der Taschen ab. Obwohl sie ihre Gewinne stets reinvestiert hätten, wie sie versichern, mussten sie im vergangenen Juli zum ersten Mal sechs Mitarbeiter entlassen. Der teure Standort Schweiz und ein erschwertes Exportgeschäft aufgrund des starken Schweizer Franken waren schuld daran. »Das war neu, nach all den Jahren, in denen es immer nur aufwärts ging. Plötzlich gezwungen zu sein, schlanker zu werden und vor allem zu überlegen, welche Mitarbeiter das trifft, das ist nicht leicht«, sagt Markus Freitag. Dabei hatten sie ohnehin schon vorsichtig gewirtschaftet: recht geringe Margen, keine Ausverkäufe ihrer Taschen bei den Händlern, Zusammenarbeit nur mit Partnern, die nicht auf den schnellen Euro aus sind.

Mit dieser Philosophie seien sie insgesamt ganz gut gefahren in den vergangenen 21 Jahren. »So kann man in Zeiten, in denen die Gewinne nicht mehr so satt sind, über die Runden kommen. Dann entwickelt man sich eben nicht so schnell und investiert weniger in Innovationen oder neue Märkte«, sagt Markus Freitag.

Zunächst aber gilt ihre Aufmerksamkeit dem neuen Projekt. Und dem eigenen Gemüse. »Ich gehe jetzt in den Garten und kümmere mich um meine Tomaten«, sagt Markus Freitag am Ende. Mit der selbst entwickelten, kompostierbaren Hose zur Gartenarbeit – das hat schon Stil.