



Fairjeans OHG

Gründer: Miriam Henninger (36),
Walter Blauth (58)

Ort: Freiburg

Gründungs-jahr: 2015

Branche: Textil/Handel

Idee: Jeans aus Biobaumwolle zu fairen Löhnen und nach dem streng kontrollierten GOTS-Standard in Europa gefertigt

Fairjeans aus Freiburg setzt auf bio und fair

Alternative zum Hosenklassiker

Wie kamen Sie auf die Idee, eine faire Bio-Jeans herzustellen?

Blauth: Ich habe mit verschiedenen Menschen über die schlechten Arbeitsbedingungen und Unfälle in asiatischen Textilfabriken diskutiert und wir haben festgestellt: Es reicht uns mit der Rederei, wir wollen etwas auf die Beine stellen. Da jeder Jeans trägt, wollten wir es damit versuchen. Wir haben einen Produzenten gesucht, Messen besucht. Nach zwei Jahren hat sich die Gruppe aufgelöst. Es war ein Segen, dass sich dann Miriam gemeldet und gefragt hat, ob sie mitarbeiten kann.

Was ist Ihr Part, Frau Henninger?

Ich habe die Fairjeans entworfen. Als Designerin und Produktentwicklerin kenne ich mich in der Produktentwicklung von der Mustererstellung bis zur Auslieferung aus. Zuvor habe ich bei Hugo Boss in der Strickabteilung und beim Waschbärversand gearbeitet.

Herr Blauth, wofür sind Sie zuständig?

Ich bin Web- und Fotodesigner, betreue unseren Onlineshop, kümmere mich um Messeauftritte und bin vor Ort in unserem Ladengeschäft im Stadtteil Vauban, das ich in meinem ehemaligen Fotoatelier eingerichtet habe.

Wo fertigen Sie und wie garantieren Sie, dass die Jeans bio ist und die Arbeitsbedingungen und Löhne gerecht sind?

Blauth: Wir lassen die Jeans in Polen nähen und waschen. Wir hatten das Glück, eine deutsche Firma zu finden, die dort eine Niederlassung hat, seit 20 Jahren Jeans produziert und Erfahrungen im Biobereich hat. Wir produzieren nach dem unabhängigen, internationalen GOTS-Standard, der strenge Richtlinien zum Beispiel für Färben und Waschen hat und die ganze Produktionskette vom Anbau der Biobaumwolle bis zu den Löhnen in den Firmen überprüft.

Sie vertreiben nur ein Modell. Was ist das Besondere daran?

Henninger: Es ist ein klassisches, relativ gerades Modell, das sehr vielen Männern passt. Wir vertreiben es in 28 Größen und drei Waschungen. Unsere Zielgruppe sind Männer ab 35 Jahren, die sich freuen, wenn sich nicht jedes halbe Jahr der Schnitt ändert.

Wie läuft's bislang?

Blauth: Wir verkaufen 50 bis 60 Jeans im Monat. Um unser Lager füllen zu können, planen wir, einen Kredit aufzunehmen.

Henninger: Da wir mehr Umsatz machen wollen, entwickeln wir zurzeit ein weiteres Herrenmodell und zwei Damenmodelle, ein etwas schmaleres und ein geraderes. Sie sollen im April oder Mai auf den Markt kommen.

Wie haben Sie die Gründung finanziert?

Henninger: Wir haben über eine Crowdfunding-Plattform nach vorgegebenen Regeln 10.000 Euro an Spenden gesammelt. Die haben wir in die Entwicklung des Modells und die Accessoires investiert. Wir selbst haben am Anfang unentgeltlich gearbeitet.

Blauth: Jeder von uns hat zudem 6.500 Euro investiert, damit wir den ersten Lagerbestand kaufen konnten. Damit wir ihn weiter erhöhen können, zahlen wir uns nur einen Teil des Gewinns aus. Unser Ziel ist es, von der Fairjeans leben zu können. Nach einem Jahr haben wir festgestellt, dass wir die richtige Zielgruppe und das richtige Produkt haben, um die Fairjeans als Marke auf dem deutschen Markt zu etablieren.

Interview: mae