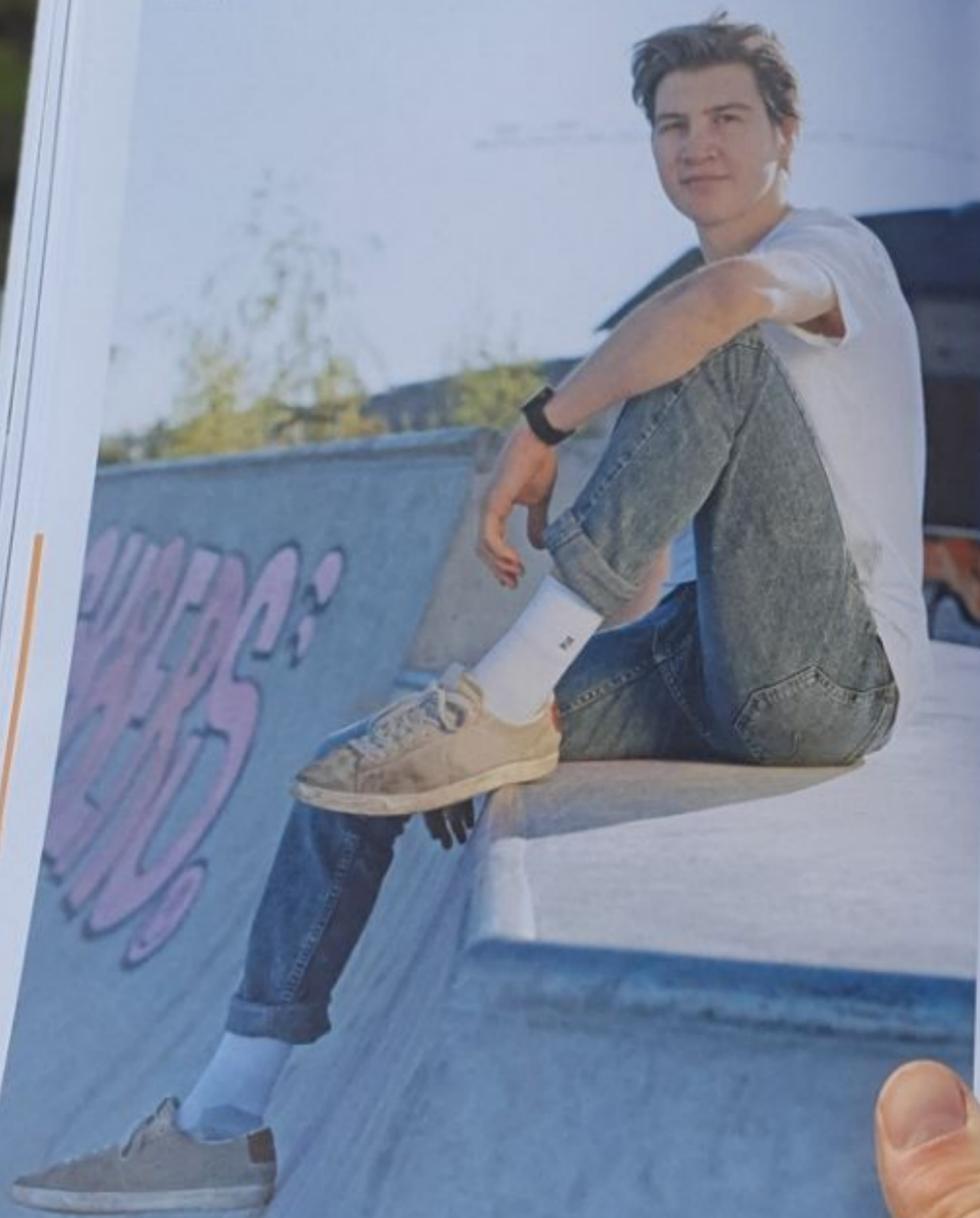


Von Sportler für Sportler:
Profisnowboarder und
Co-Founder David Hablützel
im Skatepark.



Von links nach rechts:
David Hablützel,
Nils Ferber,
Laurent Falkenberg,
Jonas Hagenbusch

Eure Philosophie erinnert mich etwas an die Philosophie von Patagonia – reiner Zufall oder gibt es da einen Link?

Wir nehmen natürlich wahr, dass Patagonia in der Outdoor-Industrie viele spannende Projekte anstösst und häufig neue Massstäbe in Sachen Nachhaltigkeit setzt. Als direkte Inspirationsquelle liegen wir aber zu weit auseinander. Immerhin handelt es sich bei Patagonia um einen internationalen Konzern mit Standorten in vielen verschiedenen Ländern und einem Jahresumsatz, der sich inzwischen im Milliardenbereich bewegen dürfte. Als direkte Inspirationsquelle dienen uns eher kleine Brands, die mit frischen Ideen und einer inspirierenden Philosophie die Szene wachhalten.

Ihr legt grossen Wert auf Nachhaltigkeit: Könnt ihr den Herstellungsprozess vom freischwimmenden Plastik im Meer bis zu den fertigen Socken im Schrank kurz beschreiben?

Wie du ja bereits vorweg genommen hast, trägt unser Polyester-Garn dazu bei, die Ozeane von Plastikmüll zu befreien. Der Kunststoffmüll wird von einem Netzwerk aus Fischern im Mittelmeer gesammelt oder sogar als Beifang an Bord ihrer Schiffe geholt. Zurück an der Küste wird dieser Müll gesammelt, sortiert und je nach Beschaffenheit zu verschiedenen Recyclinganlagen transportiert. Dort wird er im nächsten Schritt gereinigt und zu Kunststoff-Granulat eingeschmolzen. In Spanien wird dieses Granulat dann zu hochwertigen Garnen gesponnen, welche wir in Portugal zu Socken weiterverarbeiten. Die fertigen Socken verschicken wir dann direkt an unsere Kunden, welche sich zum Grossteil in der Schweiz und der EU befinden.

TEAL Projects setzt auf das Kleidungsstück, das jeder braucht: Socken.

Kollaboriert ihr mit irgendwelchen Organisationen (z.B. 4Ocean) und/oder mit Locals?

Wir sind mit mehreren Organisationen im Gespräch, in den nächsten Wochen werden wir uns jedoch vorerst darauf konzentrieren müssen, im Anschluss an unsere erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne auf Kickstarter, einen regulären Vertrieb aufzubauen.

Worauf legt ihr besonderen Wert und wo gibt es noch Verbesserungspotenzial?

Für uns ist es sehr wichtig, unseren Zielen treu zu bleiben und nicht bloss oberflächliches Marketing zu betreiben. Nachhaltigkeit ist ein ständiger Prozess, der immer wieder neu hinterfragt werden muss und ständig Verbesserungspotenzial bietet. Heute sind wir in unseren Optionen teilweise noch durch sehr geringe Stückzahlen limitiert. Wir hoffen, dass wir durch steigenden Umsatz in Zukunft noch ambitioniertere Vorstellungen mit unseren Produzenten und Zulieferern umsetzen können und sogar Ressourcen für eigene Initiativen bereitstellen können.

Strebt ihr an, künftig auch andere Kleidungsstücke herzustellen? Und falls ja, welche?

Definitiv! Wir möchten hier aber noch nicht zu viel verraten.

Weichen Wandel erhofft ihr euch für die Zukunft?

Wir hoffen, dass ein grundlegendes Umdenken bei den Konsumenten und in der Industrie stattfinden wird. Dazu können wir einen kleinen Teil beitragen, aber natürlich braucht es dafür unzählige kleine und grosse Projekte und letztendlich auch das Engagement jedes Einzelnen!

- www.teal-project.com
- teal.project