



TEXT: PETER K. WAGNER
FOTOS: SEBASTIAN REISER

Jan sucht den perfekten Kreislauf

Drei Österreicher haben sich vorgenommen, die nachhaltigste Outdoorjacke der Welt zu erschaffen. Die Vision dazu hatte Makava-Mitgründer Jan Karlsson. Peter K. Wagner hat Jan und sein Team bei einem Workshop begleitet und die Geschichte eines Startups aufgeschrieben, das Vorbild für die gesamte globale Textilbranche werden könnte.

Es hat schon viele Menschen gegeben, die eine Idee hatten. Und daraus etwas erschaffen. Jan Karlsson ist einer von ihnen. Seine Idee kennen viele Leserinnen und Leser dieser Zeilen, wahrscheinlich schmeckt sie ihnen sogar. **Denn Karlsson ist der Gründer des Getränks Makava aus Maté-Tee**, der Österreich schon lange erobert hat und auch in Deutschland und der Schweiz erhältlich ist.

Es gibt also Menschen, die mit Sicherheit weniger geeignet sind als er, um sich auf die Suche nach dem perfekten Kreislauf zu machen. Der perfekte Kreislauf, das ist eine Umschreibung dessen, was sich

hinter dem neuen Startup „FreyZein“ verbirgt. Unter dieser Marke soll nämlich die erste wirklich nachhaltige Outdoor-Sportjacke der Welt auf den Markt gebracht werden. Die Philosophie: Kreislaufwirtschaft – auch als „Cradle to Cradle“ bekannt. Eine Bezeichnung, die einst vom deutschen Chemiker Michael Braungart und dem amerikanischen Architekten William McDonough geprägt wurde. Der Ansatz: biologische Stoffe wieder in biologische Kreisläufe zurückführen. Neben Jan mit an Bord sind seine Mitgründer Michael Taschauer, seines Zeichens Materialwissenschaftler und der Mann, der mit Jan gemeinsam den Maté-Tee für Makava nach Europa brachte, und Lukas Hammerer, ein Chemie-Doktorand, der sich auch als Outdoor-Influencer einen Namen gemacht hat.

„Die Idee entstand Anfang 2019“, erinnert sich Jan zurück. „Mir ist aufgefallen, dass die Menschen, die Outdoortextilien tragen, sehr naturbewusst sind, sie aber fast ausschließlich auf synthetische Materialien zurückgreifen müssen, wenn sie in der Natur sind.“ **Dass er sich nach der Gründung von Makava vor über 13 Jahren diesmal dem Thema Kleidung annimmt, kommt nicht von ungefähr. „Mich haben immer die Grundbedürfnisse interessiert. Getränke und Kleidung sind Grundbedürfnisse.“**

Den Weg, den FreyZein versucht zu gehen, geht im internationalen Vergleich niemand. Es mag große Firmen geben, die einzelne Kreislaufprodukte auf den Markt bringen, aber daneben gibt es stets eine große Palette von Erzeugnissen, die alles andere als nachhaltig sind. „Eine marktübliche Outdoor-Daunenjacke wird um 10 bis 15 Euro gefertigt, aber um 300 Euro verkauft“, sagt Jan. „Es geht darum, dass wir ein authentisches Produkt auf den Markt bringen“, ergänzt Lea aus dem Hintergrund. Sie ist neben Mai eine der zwei Designerinnen, die sich heute zusammen mit Jan und seinem Co-Gründer Michael und PR-Chef Gabriel Gschaider in Rohr an der Raab in der Oststeiermark zum Workshopen verabredet haben – in den Räumlichkeiten von JMB Fashion. Das Unternehmen ist einer der letzten Konfektionisten Österreichs. Geschäftsführer Gert Rücker und Jan Karlsson kennen sich von der Initiative „KMU gegen TTIP“. Nun stehen alle gemeinsam im kleinen Vorraum einer großen Halle voller fleißiger Näherinnen. Vorne, am Besprechungstisch, liegen Entwürfe für das erste Unisexmodell der potentiell wohl nachhaltigsten Outdoorjacke der Welt. Und hinter Lea und Mai hängt ein erster Prototyp der Jacke.

Mit Förderungen der Gründungsgarage der TU Graz und Uni Graz sowie von ClimateKIC, der größten grünen Plattform für Innovationen weltweit sind finanzieller Spielraum für die Entwicklungsphase vorerst vorhanden. Geplant ist, diesen Winter oder nächsten Frühling mit einer Crowdfunding-Kampagne durchzustarten.

Gert Rücker weiß das alles. Er ist Geschäftsführer von JMB Fashion. Und seit 1971 in vierter Generation im Textilbereich tätig. Und Rücker ist begeistert. „Es ist einfach geil“, sagt er über FreyZein. „Es freut mich zu sehen, was sich gesellschaftspolitisch und aufgrund des Umweltgedankens beim Thema Kleidung tut. Die Ressourcenverschwendung hat mich immer gestört.“ Er hat auch ein Beispiel parat: „Ein einzelnes Baumwoll-T-Shirt verbraucht im Produktionsprozess 1.300 bis 1.600 Liter Wasser. Und das meist in Regionen, in denen Wasserknappheit herrscht.“ Rücker denkt unkonventionell für einen Konfektionisten. Das ist auch ein Grund, warum er nach der Öffnung des Eisernen Vorhangs mit Qualität und Nischenprodukten einen Weg fand, zu überleben, während viele Mitbewerber_innen dem Preiskampf erlagen. Er sagt, er sei seit Beginn seiner Tätigkeit als „Kaufmann“ vom 68er-Denken geprägt. Aus einfachem Grund: „Man hat damals den Menschen und

ein lebenswertes Leben in den Mittelpunkt gestellt. Das war immer die Basis meines unternehmerischen Handelns.“ Und daher will er auch noch einen Merksatz betont wissen, der ihm besonders wichtig ist: „Es gibt kein billiges Kleidungsstück. Irgendjemand zahlt die Differenz – ob die Menschen im Produktionsprozess oder die nächste Generation aufgrund mangelnden Umweltschutzes in der Produktion.“

Ob FreyZein nach der Produktion der Prototypen bei JMB Fashion die Serienfertigung startet oder aus wirtschaftlichen Gründen doch an einem anderen Standort in Europa produzieren muss, zeigt, wie schwer es ein idealistisches Startup eigentlich hat. Denn die Produktion in Österreich ist erklärter Wunsch. Aber so weit sind Jan und sein Team ohnehin noch nicht. Aktuell gilt es, die richtigen Materialien auszuwählen. „Diese Stoffe haben wir erst diese Woche bekommen“, erzählt Jan. Und zeigt gleich einmal, woran gerade getüftelt wird: am Außenmaterial des künftigen Kleidungsstücks. Denn so gern naturbewusste Menschen ihr ökologisches Gewissen beruhigen – wenn es beim Wandern nieselt oder beim Skifahren schneit, gibt es eine klare Erwartungshaltung an die äußerste Kleidungsschicht: trocken bleiben. „Dieser Stoff ist mehrfach verwebte Baumwolle. Das kennt man von Militäruniformen. Da geht nicht viel durch“, erklärt Jan. Und demonstriert die Materialeigenschaften mit ein paar Tropfen Wasser, die er auf den dunkelgrünen Stoff schüttet. „Und doch muss man sagen, dass es eben kein Plastik ist. Irgendwann geht was durch“, sagt er etwas nachdenklich. Die Suche nach den perfekten Materialien ist eine Frage der Recherche. Und das gilt nicht nur für Stoffe, sondern etwa auch für Druckknöpfe. Er greift nach einem Gegenstand auf dem Tisch. „Dieser Druckknopf ist aus Kartoffelstärke“, sagt er. Während Jan diesen kurzen Satz spricht, öffnet und schließt er den Knopf mehrmals. „Ich habe das sicher schon 1.000 Mal gemacht. Wir sind in einem Prozess, in dem wir von Herstellern Informationen bekommen, die wir prüfen müssen.“

Das gilt nicht zuletzt für Innovationen am Markt, die versprechen, nachhaltig zu sein, obwohl sie aus Kunststoff sind. Der Deutsche Volker Steidel hält etwa das Patent auf das erste goldzertifizierte „Cradle to Cradle“-Outdoorogewebe der Welt. „Es handelt sich um einen biobasierten Kunststoff, der innerhalb von fünf Jahren wieder verrotten soll“, erklärt Jan. „Er ist halt erdölbasiert, was in unserem Team zu kontroversen Diskussionen geführt hat. Aber daher eben in puncto Wasserdurchlässigkeit besser als Baumwolle.“

Jan und seine Co-Gründer werden noch viele solche Diskussionen führen, Fortschritte machen und Rückschläge hinnehmen müssen. Startup-Alltag eben. Aber die gemeinsame Vision und der Idealismus, ein nachhaltiges Produkt zu erschaffen, treibt an. Und nicht zuletzt die Erfahrung mit Makava. „Ich hab etwas gelernt in den letzten 13 Jahren: Wenn man dranbleibt, funktioniert’s“, ist Jan zuversichtlich. Und vielleicht wird ja tatsächlich auch aus der zweiten große Idee dieses Jan Karlsson etwas, womit die Leserinnen und Leser dieses Artikels bald regelmäßig zu tun haben. Und eigentlich würde dann ein Unternehmen entstehen, das für die Textilbranche weltweit als Vorbild dienen könnte.



[Impressum](#) / [Datenschutz](#) / [AGB](#)