

# Die Nachhaltige

## Die Revolution der Schuhsohlen-Industrie

Komfort und Nachhaltigkeit sind zwei Begriffe, die man nicht per se miteinander in Verbindung bringt. Doch genau dies ist Inhalt des Projekts, welches mit dem Industriepartner FLAWA Consumer GmbH in Angriff genommen wurde. Das Motto: In kleinen Schritten Richtung Nachhaltigkeit.

Das Studium Wirtschaftsingenieurwesen bietet vielen jungen Menschen die Chance, in die Arbeitswelt einzutauchen und wertvolle Erfahrungen zu sammeln. Für das Team von Dominik Bruderer, Damian Lüscher, Alessio Nobile, Robin Locher und Sandro Steiger begann mit dem Industrieprojekt eine besondere Herausforderung. Ihr Ziel: ein innovatives Produkt für die FLAWA Consumer GmbH zu entwickeln. Die Ideensuche gestaltete sich schwieriger als gedacht. Die FLAWA Consumer GmbH gab der Projektgruppe keine klaren Vorgaben, was die Aufgabe umso anspruchsvoller machte. Doch das Team gab nicht auf und arbeitete hart daran, eine innovative Idee zu entwickeln. Während des Prozesses lernten sich die Mitglieder besser kennen und schafften es, ihre Kompetenzen zu bündeln. Die Flawa Consumer GmbH ist bekannt für ihre Frische-Einlegesohlen. Die jüngere Kundengruppe konnte damit jedoch nie wirklich angesprochen werden. Somit einigte man sich nach der ersten Projektphase darauf, die Frischesohle für das jüngere Publikum attraktiver zu machen.

### Kundenumfrage als Basis für Konzepte

Das Ziel war es also, Konzepte zu entwickeln, um mehr jüngere Kundschaft für Frischesohlen zu gewinnen. Ein wichtiger Schritt in der Konzeptionsphase war es ausfindig zu machen, was die Ansprüche dieser Kundengruppe sind. Diese wurden mittels einer Umfrage mit einer Beteiligung von über 250 potenziellen Kunden ermittelt. Die Zahlungsbereitschaft und die Bekanntheit der Frischesohlen wurde ebenfalls eruiert. Aus diesen Umfrageergebnissen entstanden Konzepte, die der Geschäftsführung präsentiert wurden.

Nachdem die Gruppe die Vorschläge für eine Innovation im Bereich der Frischesohlen präsentiert hatte, nahm das Projekt eine jähe Wendung. Nach einer Sitzung mit der Geschäftsleitung wurde die Idee der neuen Frischesohle, welche als Wegwerfprodukt gilt, über den Haufen geworfen und der Fokus auf eine nachhaltige Komfortsohle gelegt. Der Schock darüber hielt sich im Team aber nur kurz, da schnell realisiert wurde, dass der neue Markt dem bereits analysierten Markt ähnelte. Zudem sah das Projektteam das enorme Potenzial des neuen Konzepts.

### Nachhaltigkeit und Kreislauffähigkeit

Im Projekt spielte Nachhaltigkeit und Kreislauffähigkeit eine wichtige Rolle. Die Ausgangssituation war klar: Es gab wenige nachhaltige und noch keine kreislauffähige Komfortsohle auf dem Markt. Somit lautet das Alleinstellungsmerkmal (USP): «Unsere Komfortsohle ist nicht nur gut für Ihre Füße, sondern auch für die Umwelt! Mit einem Blumensamen in jeder Sohle geben Sie der Natur bei jedem Schritt etwas zurück.» Im für die Nachhaltigkeit wichtigsten Bereich, den Materialwissenschaften, konnte das Team



auf die Unterstützung der Flawa Consumer GmbH zählen. Denn diese steckt mitten in der Entwicklung von Produkten aus nachhaltigen Materialien, worauf das Projektteam aufbauen konnte. Als Ausgangslage wurden zwei unterschiedliche Nachhaltigkeitsstufen definiert: Produkte der ersten Stufe sollten ausschließlich aus Materialien bestehen, die aus nachhaltigen Quellen stammen. Die zweite Stufe sollte nachhaltig und zusätzlich kreislauffähig sein. Dies wird mit einer Cradle-to-Cradle-Zertifizierung sichergestellt. Ziel war es, die zweite Stufe zu erreichen. Die erste Stufe diente als Plan B.

Die Entwicklung der Sohle wurde modulweise aufgebaut. Hierbei wurde mit der Entwicklung der Mindestanforderungen begonnen. Diese wurden mit Hilfe von Kundentests bewertet und verbessert. Waren die Mindestanforderungen erfüllt, wurden darauf aufbauend weitere Funktionen und Eigenschaften hinzugefügt, getestet und perfektioniert. Mit diesem Vorgehen sollte ein schlankes, aber voll auf die Kundenbedürfnisse ausgelegtes Produkt entwickelt werden.

### Der Verkaufsplan

Der Businessplan für die nachhaltige Komfortsohle sieht vor, dass diese als Massenprodukt auf den Markt gebracht wird. Als Unternehmen, das in der Schweiz produziert, ist es eine Herausforderung, preislich attraktiv für Retailer zu werden, daher soll das Produkt unter der Flawa Eigenmarke eingeführt und verkauft werden. Der Fokus liegt jedoch auf Grosskunden, da es schwierig ist, über auf Nachhaltigkeit spezialisierte Vertriebspartner das angestrebte Verkaufsvolumen zu erreichen. Das Projekt ist vielversprechend und die nachhaltige Komfortsohle hat das Potenzial, sich als grüne Alternative auf dem Markt zu etablieren.