

„Nicht nur sagen, wo es schlecht läuft, sondern gemeinsam an den Lösungen arbeiten.“

Interview mit Linda Preil von [einhorn](#)

Das Interview führten Marianne Darbi und Nora Schmidt für NeFo

Erscheinungsdatum: 30. Juni 2021

einhorn ist ein junges Berliner Unternehmen mit rund 25 Mitarbeiter*innen, das vor allem nachhaltige Kondome und Menstruationsartikel vertreibt. Dabei möchte das Unternehmen ganz bewusst neue Wege im Anbau und der Verarbeitung von Kautschuk gehen. Mit 14 Mio. Hektar weltweit nehmen Kautschukplantagen heute annähernd so viel Fläche ein wie Ölpalmen - in den allermeisten Fällen in den Tropen, wo sie wertvolle Ökosysteme verdrängen. Der Anbau, der vor allem den Reifenmarkt bedient, ist in der Regel mit einem hohen Pestizideinsatz verbunden. einhorn zeigt, dass es auch anders gehen kann. NeFo sprach mit Linda Preil, Head of Rubber Projects bei einhorn, über Fairstainability, die Verantwortung von Unternehmen, genau hinzusehen und auch unkonventionelle Wege zu gehen und darüber, welche Rolle die Politik spielt.

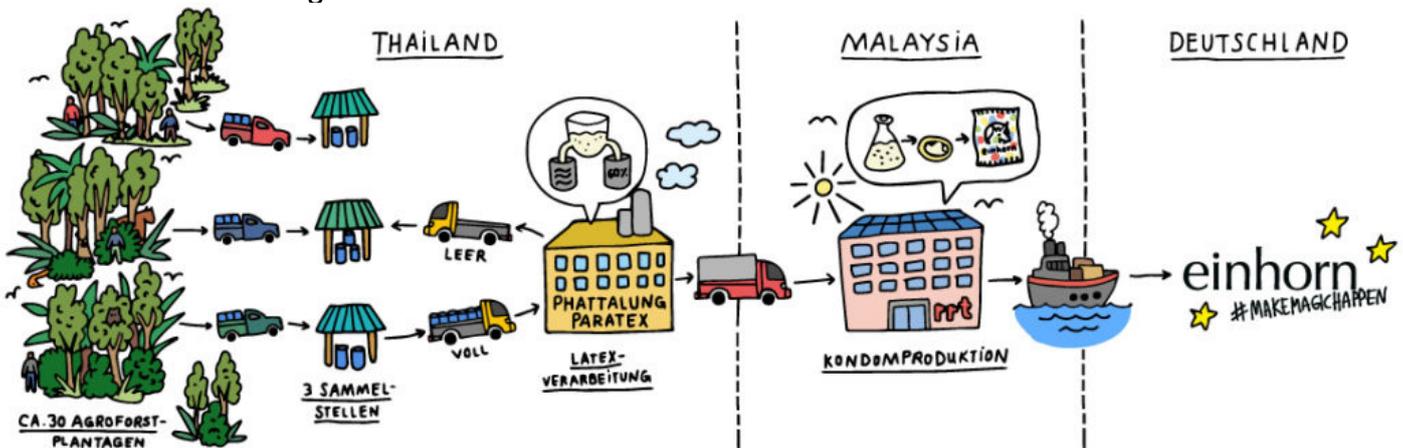
NeFo: einhorn ist ja noch ein sehr junges Unternehmen und hat mit Kondomen einen sehr kleinen Anteil am Markt, z.B. im Gegensatz zur Reifenindustrie und anderen größeren Playern. Was hat euch dazu bewogen, in nachhaltige Anbauweisen zu investieren - warum war euch das wichtig?

Linda Preil: einhorn wurde 2015 gegründet. Es war von Anfang an die Idee, ein nachhaltiges Kondom herstellen zu lassen. Wir selbst sind keine Hersteller, sondern die Marke, die es in den Vertrieb bringt. Es wurde jedoch schnell klar, dass es gar nicht so einfach ist, nachhaltigen und fairen Kautschuk auf dem Weltmarkt einzukaufen, um dann daraus Kondome herzustellen. 2015/2016 steckte der nachhaltige Kautschukanbau noch komplett in den Kinderschuhen. Zwar gab es erste Initiativen, mit denen sind wir aber nicht zusammengekommen.

NeFo: Was waren das für Initiativen und warum seid ihr mit ihnen nicht zusammengekommen?

Linda Preil: Es gab bereits „Fair Rubber“ als Verein und auch schon die ersten FSC-zertifizierten Kautschukplantagen. Wir haben aber gemerkt, dass es uns nicht ausreicht, nur ein Zertifikat einzukaufen, bei dem einmal jährlich ein Audit stattfindet.

Unser Anspruch war es von Anfang an, die komplette Lieferkette des Kondoms zu verstehen und das System, in dem wir agieren. Wir wollten selbst verstehen, was Kautschukanbau überhaupt bedeutet und warum die Menschen, die ihn anbauen, es so machen, wie sie es machen und wie wir gemeinsam auf Augenhöhe versuchen können, eine Änderung herbei zu führen.



Die Lieferkette vom Kautschukanbau bis zum Kondom bei einhorn. Bild: <https://sandra-bayer.de>

Und wir wollten verstehen, was die sozialen und ökologischen Herausforderungen dabei sind. Das heißt, wir haben am Anfang ganz viel recherchiert und gelernt. Unsere Kondome werden in Malaysia produziert. Ich selbst war viele Monate vor Ort, um zu verstehen, worum es dabei eigentlich geht und wer die Menschen sind, die für die Entstehung unseres Produkts verantwortlich sind.

NeFo: Was sind die gravierendsten Auswirkungen des Kautschukanbaus?

Linda Preil: Als wir vor sechs Jahren anfangen, bekam das Thema Kautschuk, im Gegensatz zu Palmöl und Kakao, noch viel weniger Aufmerksamkeit. Dabei haben Palmöl und Kautschuk ziemlich ähnliche Herausforderungen mit ihren sozialen und ökologischen Auswirkungen. Beide wachsen in sehr ähnlichen Gebieten mit der höchsten Biodiversitätsdichte, rund um den Äquator. Auch die Größenordnungen sind vergleichbar: Palmöl wird auf etwa 17 Mio. Hektar, Kautschuk auf 14 Mio. Hektar weltweit angebaut.

Dafür wurden in Vergangenheit und auch heute noch Wälder abgeholzt, um Kautschukbäume in Monokulturen anzubauen. Dabei werden oft viele Herbizide eingesetzt. Diese Monokulturen führen zu einem hohen Verlust an Biodiversität und Bodenerosion.

Hinzu kommen teils schlechte Arbeitsbedingungen von teilweise Migrant*innen, die oft weniger Arbeitsrechte haben, Landraub, bis hin zu Kinderarbeit. Ca. 6 Millionen Kleinbäuer*innen produzieren ca. 85% des weltweit angebauten Naturkautschuks, sodass Fairness, Transparenz und Rückverfolgbarkeit sehr schwierige Themen sind.

Darum war der erste Schritt, mit einer Partnerplantage vor Ort, damals noch in Malaysia selbst, zusammenzuarbeiten. Die Leute vor Ort haben uns geholfen, unsere Fragen zu beantworten und die Abläufe zu verstehen. Und dann haben wir dort angefangen Sachen zu verändern. Dabei sind wir zum Beispiel auf ein „Best-Practice-Management“-Buch gestoßen, wo beschrieben wird, wie „richtiger“ Kautschukanbau funktionieren soll. Und in dem empfohlen wird, wie oft das Herbizid „Round-Up“ benutzt werden soll. Auf der letzten Seite stand dann „sponsored by Monsanto“.

Da wurde uns klar, dass dort einiges systemisch schief läuft. Also haben wir ganz anders angesetzt und Dinge ausprobiert, z.B. damit, Glyphosat auf der Plantage wegzulassen und den Zwischenbewuchs mechanisch zu beseitigen.



Kautschuk wird vor allem in Monokulturen angebaut, wie auf dieser Plantage in Thailand. Bild: Pixabay

NeFo: Was verspricht ihr euch perspektivisch von eurer Initiative?

Linda Preil: Wir haben Ende letzten Jahres die [Regenerative Rubber Initiative](#) gegründet. Mittlerweile arbeiten wir mit ca. 40 Kleinbäuer*innen in Südthailand zusammen, die ihren Kautschuk in Agroforstsystemen anbauen. Damit tragen sie - im Vergleich zu Monokulturen - verhältnismäßig viel zum Biodiversitätserhalt bei.

Der Anbau stellt die Bodenfruchtbarkeit wieder her, es wird ein besseres Mikroklima geschaffen. Und das sind nur zwei von vielen Vorteilen von solchen Agroforstsystemen. Auch für uns war das eine schrittweise Annäherung und ein Aufbau von Vertrauen, bis es ins Rollen gekommen ist. Wir können jetzt sagen, dass 100% unserer Kondome aus Latex produziert werden, welcher aus regenerativen Systemen, also aus Agroforstsystemen, kommt. Und die Bäuer*innen erhalten einen Aufpreis für diesen Latex. Und genau das versuchen wir gerade auszuweiten und größer zu machen, so dass es auch für andere Marken zugänglich wird.

Es bringt nichts, wenn nur wir etwas davon haben. Wir wollen ja, dass mehr Menschen verstehen, dass diese Art der Zusammenarbeit und diese Art des Anbaus funktioniert. Wir zahlen den Bauern eine Prämie, wir schaffen komplette Transparenz, wir wissen genau, wo was abgeht.

Das kann eine Zukunftsform des Wirtschaftens sein – nicht nur sagen, wo es schlecht läuft, sondern gemeinsam an den Lösungen arbeiten und diese auch anderen zur Verfügung zu stellen.

NeFo: *Wollt ihr mit der Regenerative Rubber Initiative nur im Bereich Kondome bleiben oder kann man das auch auf andere Sparten ausweiten?*

Linda Preil: Wir sind ein kleines deutsches Start-Up, das keine großen Mengen (im Verhältnis zu den Großabnehmern von Kautschuk der Reifenindustrie) abnimmt - das also aus der Wirtschaftsperspektive keinen Druck auf Zulieferer ausüben kann. Trotzdem haben wir der Industrie gezeigt, dass es funktioniert! Wenn ihr wirklich wollt, dann könnt ihr etwas ändern, dann könnt ihr Lieferketten nachhaltig fair und transparent gestalten. Dann könnt ihr die Biodiversität zurückbringen. Jetzt kann keine andere Marke mehr behaupten, es geht nicht. Natürlich gibt es noch komplexere und feingliedrigere Lieferketten, aber dennoch ist es quasi erstmal bewiesen, dass es funktionieren kann.

Jetzt gerade beliefern wir noch andere Mitbewerber von uns mit dem Latex oder lassen andere Kondome daraus produzieren, aber wenn es passt mit den Partner*innen in Thailand, ist es offen, das Ganze größer werden zu lassen.

NeFo: *Wie funktioniert die nachhaltige Produktion in punkto Wirtschaftlichkeit? Wird der Preis für den Endverbraucher höher?*

Linda Preil: Wir sind nicht viel teurer als andere Kondome, aber Kondome haben eine ganz gute Marge. Der Unterschied ist, dass wir von Anfang an 50% der Gewinne in Fairstainability investiert haben [Anm. von NeFo: Die Wortneuschöpfung Fairstainability setzt sich zusammen aus „fair“ und „sustainability“, wie man [hier](#) kurz und knapp von einhorn erklärt nachhören kann. Also es ist Geld da, um nachhaltige Projekte anzustoßen, zu forschen und nachzufragen. Das ist von Beginn an das grundlegende Unternehmenskonzept gewesen.

NeFo: *Meinst du bei anderen Produkten wäre es schwieriger, die nicht so eine hohe Marge haben?*

Linda Preil: Ich kenne mich bei anderen Produkten nicht so gut aus, aber inzwischen gibt es einen Markt für nachhaltige Produkte und es gibt die Nachfrage von Konsument*innen nach Transparenz.

Also ist es für das Unternehmen vorteilhaft, Transparenz zu schaffen. Mit einer transparenten Lieferkette versteht man auch eher, wie sich die Kosten zusammensetzen, wer woran verdient, wo die Hebel sind, wo man einsparen kann, z.B. durch den Einsatz erneuerbarer Energien. Es gibt ganz viele Hebel unabhängig von der Marge. Du hast einen Preis und tausend andere Faktoren, die man beeinflussen kann. Das Argument „es ist zu teuer“ zählt für mich nicht.

Die Frage ist, was machst du mit deinem Gewinn? Klar, Umsatz brauchst du, um deine Kosten zu decken. Aber wofür wird der Gewinn benutzt? Willst du mit dem Gewinn irgendwelche Aktionär*innen auszahlen, die auf Profitmaximierung aus sind? Und was für einen Einfluss haben sie dann als Shareholder auf dein Unternehmen und die Investitionen, die du in Richtung mehr Nachhaltigkeit tätigen könntest? Da stellen sich ganz grundsätzliche Fragen, wie wir wirtschaften wollen!

NeFo: *Wie können die Wirtschaftlichkeit und der Schutz der Biodiversität über die gesamte Lieferkette vereint werden?*

Linda Preil: Es ist ein Zusammenspiel aus verschiedenen Faktoren. Erstens haben wir die Anbauebene: Landwirt*innen müssen motiviert werden, ihre Anbaupraktiken zu ändern, damit sie wieder mehr Biodiversität in ihre Systeme integrieren – das rechnet sich momentan nicht, weil es nicht ausreichend subventioniert/incentiviert wird und weil die Infrastruktur fehlt. Dafür sind die politischen Rahmenbedingungen noch nicht überall gegeben.

NeFo: *Was sind die gravierendsten Auswirkungen des Kautschukanbaus? Wie können die Wirtschaftlichkeit und der Schutz der Biodiversität über die gesamte Lieferkette vereint werden?*

Linda Preil: Es ist ein Zusammenspiel aus verschiedenen Faktoren. Erstens haben wir die Anbauebene:

Landwirt*innen müssen motiviert werden, ihre Anbaupraktiken zu ändern, damit sie wieder mehr Biodiversität in ihre Systeme integrieren – das rechnet sich momentan nicht, weil es nicht ausreichend

subventioniert/incentiviert wird und weil die Infrastruktur fehlt. Dafür sind die politischen Rahmenbedingungen noch nicht überall gegeben.

Zweitens haben wir die Konsumentenebene: Es muss mehr Sensibilität dafür geben, wo ein Produkt herkommt. Bei Lebensmitteln ist es einfacher als bei z. B. Gummi, weil sie stärker mit der eigenen Gesundheit verbunden werden. Auch Unternehmen und Marken haben die Aufgabe, aufzuklären und Dinge zu erklären. Genauso müssen aber auch Konsument*innen selbst Dinge einfordern und höhere Anforderungen an das eigene Konsumverhalten stellen..



*einhorn arbeitet mit Kleinbäuer*innen in Südthailand zusammen, die ihren Kautschuk in Agroforstsystemen anbauen. Bild: einhorn*

NeFo: *Globale Lieferketten sind zunehmend komplex. Ist es die zentrale Herausforderung, die Nachverfolgbarkeit der Lieferkette herzustellen?*

Linda Preil: Für uns ist es eine Selbstverständlichkeit, dass wir alles veröffentlichen.

Ich verstehe aber, dass es sehr komplex und herausfordernd ist und dass es viel Zeit und Arbeit kostet.

Die eigentliche Frage ist: wie viel Zeit und Arbeit willst du da reinstecken? Wenn du das wirklich willst, bekommst du es hin. Wir sind mittlerweile 25 Mitarbeiter*innen bei einhorn und vier von uns arbeiten in der Nachhaltigkeitsabteilung. Wenn andere Unternehmen anteilig auch so viele Mitarbeiter im Nachhaltigkeitsbereich einstellen würden, könnte die Wirtschaft ganz anders aussehen.

Wir können uns die Frage nicht mehr leisten, ob wir es machen wollen, sondern wir müssen es machen und wir müssen die Infrastruktur dafür schaffen, dass wir nachhaltig handeln können.

NeFo: *Was denkst du, was die Politik sowohl auf globaler Ebene als auch konkret in einzelnen nationalen Kontexten ändern müsste, damit (mehr) Unternehmen angehalten sind, nachhaltig zu wirtschaften?*

Linda Preil: So genau kann ich das nicht beantworten... Es ist schwierig zwischen den Reglementierungen, in die die Unternehmen gedrückt werden, und den Chancen, die daraus hervorgehen, abzuwägen. Die Frage ist, was muss gesetzlich bindend sein und wie viel muss das Unternehmen selbst beitragen, ohne dass es eine Pflicht ist. Auch stellt sich die Frage, wie die EU oder eine Nation über Import-Export-Bedingungen mehr Nachhaltigkeit schaffen kann. Also wenn du etwas ein- oder verkaufen willst, musst du bestimmte Bedingungen einhalten. Wir müssen verstehen, dass es in Zukunft nicht mehr funktionieren wird, wie wir bisher wirtschaften.

NeFo: *Gibt es bestimmte Umwelt- und Sozialstandards, welche verpflichtend für alle gelten sollten, um auf dem Markt nicht so große Unterschiede zu haben?*

Linda Preil: Darauf gibt es keine pauschale Antwort. Es gibt inzwischen viele Alternativen zu nicht-nachhaltigen Rohstoffen, die sich auch ohne Zwang auf dem Markt etablieren. Und es gibt große namhafte Marken, die bei uns anfragen, ob sie von unseren kleinen, nachhaltigen Zulieferern auch bestellen können - und das ohne Verpflichtung.

Es kommt also nicht nur auf die Regulierung an. Wenn Unternehmen auf dem Markt bestehen wollen und die großen Themen wie Klimawandel und planetare Grenzen nicht mehr leugnen können, dann müssen sie aktiv werden. Es reicht also vielleicht, wenn es ein globales Verantwortungsbewusstsein dafür gibt, dass sich etwas ändern muss. Das betrifft vermutlich insbesondere die Unternehmen, die direkten Kontakt mit den Konsument*innen haben. Es muss beides funktionieren, einerseits gesetzliche Regelungen und andererseits die Eigeninitiative von Unternehmen zum Risikomanagement, zum Sicherheits- und Nachhaltigkeitsmanagement.

NeFo: einhorn hat sich der Leadership Declaration von Biodiversity in Good Company zur Unterstützung der Ziele der Convention on Biological Diversity (CBD) angeschlossen. Wie könnte eine globale Konferenz wie die CBD COP15 euer Engagement unterstützen? Was würdet ihr euch wünschen?

Linda Preil: Es ist nicht mehr von der Hand zu weisen, dass es ganz konkrete Handlungsstränge braucht, wie wir die Kippunkte der planetaren Grenzen aufhalten können. Wir können uns nicht mehr leisten, nur über einen Aspekt zu reden. Dafür ist der globale Rahmen sehr wichtig.

Die Frage ist aber: Wie können wir von der globalen Ebene Sachen runterdeklिनieren in verschiedene Bereiche? Wie können wir dazu kommen, was wir jetzt machen müssen? Wir müssen einerseits zeigen, wie wichtig es ist, und andererseits zur konkreten Umsetzung kommen und zu dem Punkt, zu sagen: wir schaffen das auch. Wir müssen zeigen: jede*r kann etwas ändern.

Mehr über das Lieferkettenmanagement von einhorn erfährt man auf der [Unternehmens-Webseite](#).



Linda Preil,
Bild: Linda Preil

Linda Preil ist Head of Rubber Projects bei einhorn. 2016 startete sie als Praktikantin bei einhorn und hat sich „Fairstainability“ (Fairness und Nachhaltigkeit) zur Mission gemacht. Sie ist Ansprechpartnerin für das Stakeholdermanagement in Asien und zuständig für die Lieferketten der nachhaltigen Kautschuk-Produktion. Dafür arbeitet sie mit den Partnern der Kautschukplantagen unter anderem in Malaysia eng zusammen.

Mehr Informationen über **NeFo**, das Netzwerk-Forum zur Biodiversitätsforschung, und die „Kommunikationsoffensive Biodiversität 2021“ gibt es unter www.biodiversity.de

Empfohlene Zitierweise

Interview mit Linda Preil von einhorn (2021). „Nicht nur sagen, wo es schlecht läuft, sondern gemeinsam an den Lösungen arbeiten.“ *NeFo-Newsletter*. Gastbeitrag im Juni 2021. Online verfügbar: <https://www.ufz.de/nefo/index.php?de=48345>

