

# GESCHÄFTSSINN FÜR SINNVOLLES

Als Leiterin der Ladenkette Changemaker rettet die Baslerin Susanne Schmid nicht die Welt. Sie macht sie aber ein kleines bisschen besser und schöner – mit nachhaltigen Produkten und einem sicheren Gespür für Ästhetik und Design. TEXT NINA SIEGRIST FOTO PAOLO DUTTO

**E**ine Weltverbesserin im müffigen Kupfer-Wolle-Bast-Look? Nein, das war Susanne Schmid nie. Die 38-Jährige mit den langen blonden Haaren legt Wert auf Mode, trägt Kleid, Stiefel, Schmuck und Schal, ist dezent, aber sorgfältig geschminkt. Für ein Treffen schlägt sie ein traditionelles Café im Zürcher Niederdorf vor, ihre Begrüssung ist nett, nicht zu privat, nicht zu distanziert. Eine routinierte Geschäftsfrau, denkt man. Beim näheren Hinsehen verkörpert Schmid dann exakt das, wofür die von ihr geführte Ladenkette Changemaker steht: Hinter gutem Aussehen verbirgt sich viel Inhalt und Sinn oder, wie es der Slogan des Unternehmens ausdrückt, «Ethik küsst Ästhetik». Der schmeichelnd-weiche Baby-Alpaca-Schal um Susanne Schmid's Hals wurde von der Weberei Royal Knit in Peru gefertigt – hier erhalten unter anderem alleinerziehende Frauen eine neue Lebensperspektive. Der Armschmuck kommt von Noah's Ark, einem Fairtrade-Projekt in Indien. Susanne

Schmid selbst trägt nicht nur Accessoires aus dem Changemaker-Sortiment, sie achtet auch im Alltag auf Nachhaltigkeit, fährt mit dem Tram von ihrer Wohnung im Zürcher Seefeld ins Büro und Lager beim Letzigrund-Stadion, kauft Bio-Lebensmittel auf dem Markt, verzichtet grösstenteils auf tierische Produkte. Dennoch zählt sie nicht zu jenen moralinsauren Veganern, die «Fleischfressern» ihr Salamibrötli miesmachen. Ihre Botschaft: Nachhaltiges Einkaufen und Konsumieren darf nichts Ideologisches sein und muss vor allem eines – Spass machen!

Mit der Jahrtausendwende kam in den Industrieländern ein neuer Lebensstil auf. «Lohas», Lifestyle of Health and Sustainability, nannte ihn der amerikanische Soziologe Paul Ray: Immer mehr Menschen achteten im Alltag auf Gesundheit und Nachhaltigkeit – aus Sorge um die Umwelt, Mitleid mit weniger Privilegierten, aber auch, weil es schlicht und einfach «in» wurde, Dinge zu kaufen, die sinnvoll oder lokal produziert werden. ►

Sie weiss, was sie verkauft: Geschäftsführerin Susanne Schmid im Changemaker an der Marktgasse in Zürich.

## «Heimweh? Dieses Gefühl ist mir fremd. Ich könnte permanent in den nächsten Flieger steigen!»

Diese wachsende Masse bringt einen «Change», sie verändert das Shopping-Verhalten: Plötzlich will man nicht mehr nur sich, sondern auch anderen mit dem Einkauf etwas Gutes tun. Rund ein Drittel aller Schweizer sind laut Marktforschung sogenannte «Lohas» und können es sich leisten, für nachhaltige Produkte auch mal ein bisschen mehr Geld auszugeben. Gerhard Friesacher, der Gründer von Changemaker, hat dieses Potenzial früh erkannt. Der gebürtige Österreicher und Inhaber einer erfolgreichen Schweizer Agentur für Spendenmarketing entschloss sich 2009, in eine Fairtrade-Ladenkette zu investieren – und traf damit den Nerv der Zeit.

### Via Fernweh zum Job

Aufgewachsen im ländlichen Ettingen BL, entwickelte Susanne Schmid als Tochter eines Glasbläfers und einer Pharma-Assistentin schon früh ein Faible fürs Business: «Ich sammelte Nüssli und verkaufte sie am Strassenrand.» Nach der Matura ist schnell klar: Susanne Schmid will in die Modebranche. Sie macht eine Ausbildung zur Textilkaufrfrau, findet eine Anstellung im Einkauf der Modeabteilung von Manor. Bereits mit Anfang zwanzig reist sie quer durch die Welt, besucht Produktionsstätten in Indien, China und auf den Philippinen, fährt zwischen Mopeds und Ochsenkarren kilometerweit über ungeteerte Strassen, bis sie den Ort des nächsten Meetings erreicht. Heimweh? Dieses Gefühl sei ihr fremd, sagt Schmid: «Ich könnte permanent in den nächsten Flieger steigen!»

Mit 26 Jahren, während einer privaten Indienreise, hat Susanne Schmid eine Sinnkrise, sucht nach Möglichkeiten, ihre wirtschaftliche Tätigkeit mit einem sozialen Engagement zu verknüpfen. Sie sei in einer fürsorglichen Familie aufgewachsen, sagt Schmid, und wer viel Fürsorge empfangen, wolle

diese auch weitergeben. Ein von der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) unterstütztes Programm bietet ihr wenig später eine entsprechende Chance: ein mehrmonatiges Praktikum in der Textilweberei der Women's Foundation in Nepal, einer Institution, die sich für misshandelte und benachteiligte Frauen einsetzt, ihnen Arbeit und Selbstvertrauen schenkt. Hier soll die Schweizer Textilkaufrfrau in der Produktion mithelfen. Vor Ort wird Susanne Schmid bald bewusst: Die gewobenen Schals sind weder modisch noch angenehm zu tragen, gleichen in ihrer Steifheit einem unförmigen Tischläufer. Sie beginnt, mit den Weberinnen zu experimentieren, mischt Wolle, Seide und Kaschmir, erstellt neue Farbmuster.

Und tatsächlich: Plötzlich lassen sich die Schals verkaufen – und das nicht aufgrund irgendeines «Mitleid-Bonus», sondern weil Qualität und Design stimmen. Susanne Schmid übernimmt den Vertrieb der «Womenepal»-Schals in der Schweiz. Hauptberuflich arbeitet sie erneut in Basel bei Manor, kauft Dekorations- und Küchenartikel ein, bis eines Tages der Anruf eines befreundeten Werbers kommt: Ein gewisser Gerhard Friesacher hat diesen nämlich beauftragt, eine Stellenausschreibung für die Geschäftsführerin seiner geplanten Ladenkette zu formulieren. Eine Person mit sozialem Denken, Geschäftssinn und Gespür für Trends soll es sein. Beim Schreiben wird dem Werber klar: Das Anforderungsprofil trifft exakt auf Susanne Schmid zu. Er bringt Friesacher und Schmid zusammen. Die beiden verstehen sich.

Vor der Vertragsunterzeichnung hat die angehende Geschäftsführerin nur eine Bedingung: Sie will die von ihr mitentwickelte Schalkollektion aus Nepal ins Sortiment aufnehmen. Heute zählen die «Womenepal»-Schals neben den Bilderrahmen von Luna Design (gefertigt aus dem Holz von Ab- ▶

Susanne Schmid will drei weitere Changemaker-Filialen eröffnen: in St. Gallen, Chur und Baden.





risshäusern in Kapstadt) und den biologischen Raumdüften von Organic Avenue zu den Bestsellern von Changemaker. Zum Online-Shop und den 2010 eröffneten Läden in Zürich und Bern sind in den letzten vier Jahren Filialen in Basel, Thun, Luzern, Winterthur und Schaffhausen hinzugekommen. In Chur, Baden und St. Gallen werden derzeit Ladenlokale gesucht, erste Tipps der wachsenden «Changemaker»-Anhängerschaft sind bereits bei Susanne Schmid eingegangen. Man kennt das Label – und das, obwohl das Unternehmen kaum Werbung macht und keine PR-Agentur für sich weibel lässt. Mode-Accessoires, Einrichtungsgegenstände, Geschenkartikel und Kinderspielzeug gehen in den Mini-Warenhäusern massenhaft über den Ladentisch, Kundinnen sind meist Frauen über dreissig.

### Über die Grenze wachsen

Eine Expansion, zum Beispiel nach Österreich, schliesst Susanne Schmid, die mittlerweile 45 Mitarbeitende unter sich hat, nicht aus. Wichtiger ist ihr und Changemaker-Gründer Friesacher aber, weiterhin die Kontrolle über die Wertschöpfungskette aller angebotenen Artikel zu behalten. Verschiedene Labels helfen dabei, zudem nutzt Susanne Schmid geschäftliche und private Reisen, um sich von einzelnen Produktionsstätten selbst ein Bild zu machen. Ihr Ziel: noch mehr selbst entwickelte Produkte, bei denen das Wissen von Schweizer Designern mit dem geschickten Handwerk in Entwicklungsländern gepaart wird. Dafür will Changemaker Plattformen bieten.

Freizeit? «Wer seinen Job liebt, braucht wenig Erholung.» Wenn Susanne Schmid am Wochenende nicht gerade irgendeine Design- oder Nachhaltigkeitsmesse besucht, arbeitet sie im Laden ihres Lebenspartners Simon Wirth. Auch er hat seinen Managementjob bei einem Grossunternehmen an den Nagel gehängt und widmet sich nun seinem Trouvaillen-Shop «Einzelstück», in dem man Vintage-Möbel aus aller Welt und dekorative Fundstücke von gemeinsamen Reisen findet. Wenn Susanne Schmid doch mal keine Lieferanten, Kunden, Personalblätter und Abrechnungen mehr sehen mag, dann geht sie mit Hund Seppi spazieren. Der schwarze Dackel mit den cognacfarbenen Pfoten weilt auch im Büro stets an Frauchens Seite. Mit seinen neun Jahren ist er immer noch topfit. Und das, weil (oder obwohl) ihn Susanne Schmid vegetarisch ernährt. «Manchmal mache ich eine Ausnahme und gönne ihm einen Knochen», sagt Susanne Schmid schmunzelnd. Auch bei ihm gilt wohl ihr Credo: Nachhaltigkeit ist gut. Aber der Spassfaktor darf nicht fehlen. ★

Bestseller bei Changemaker: Der Womenepal-Schal. Gefertigt in einem Förderungsprojekt in Nepal, mitentwickelt von Susanne Schmid.