



Mitteilung für die Medien

playtime BERLIN 2018: POLOLO lud zum Saisonauftakt-Frühstück Impulsvorträge vor Medienvertretern, Kooperationspartnern und Kunden zu Naturleder und nachhaltiger Kinderkleidung

Berlin, Frühstück, Medien, Messe, Playtime, Pololo

POLOLO-Geschäftsführerin Franziska Kuntze und Heike Hess vom Internationalen Verband für Naturtextilien (IVN) trugen vor und stellten sich den Gästen als Diskussionspartnerinnen zur Verfügung.

[Berlin, 30.01.2018] Der Berliner Schuhhersteller POLOLO war wieder mit einem Stand auf der „playtime BERLIN“ vertreten, die in zweiter Auflage vom 23. bis 24. Januar 2018 im Palazzo Italia, Unter den Linden, stattfand. Am zweiten Messetag wurden Medienvertreter, Kooperationspartner und Kunden zu einem Saisonauftakt-Frühstück in das Café „LebensArt“ unweit des Brandenburger Tores eingeladen: POLOLO-Geschäftsführerin Franziska Kuntze gab einen Impulsvortrag zum Thema Naturleder und Kinderschuhe, Heike Hess vom Internationalen Verband für Naturtextilien (IVN) bezog Stellung zu Aspekten nachhaltiger Kinderbekleidung und als Kooperationspartnerin berichtete disana über ihr Unternehmen.

Leder – hautsympathisches Naturmaterial seit Jahrtausenden bewährt

Franziska Kuntze erinnerte daran, dass Leder als eines der ältesten Bekleidungsmaterialien schon in seiner Urform die noch heute so sehr geschätzten Eigenschaften – Atmungsaktivität, Wasserdampfdurchlässigkeit und Hautverträglichkeit – aufwies. Hinzu komme seine schon vor Jahrtausenden geschätzte **Schutzfunktion**.

POLOLO sei es ein wesentliches Anliegen, lange Transportwege zu vermeiden und auf Chromgerbung zu verzichten – zur Produktion der Kinderschuhe kämen **ausschließlich pflanzlich gegerbte Leder** in Frage. Auf eine Färbung des Leders könnte eigentlich verzichtet werden, so Kuntze. Da es aber Kinder – und wohl auch Eltern – zumeist eher bunt mögen, gelte es Folgendes zu beachten: Während die sogenannten Chromleder immer grau seien und daher dann extra gefärbt werden müssten, würden die von POLOLO verwendeten Leder gleich den Farbton des pflanzlichen Gerbstoffs, z.B. Valonea-Eiche oder Tarafrucht, annehmen. Außerdem könne so auf eine Beschichtung verzichtet und der natürliche Charakter dieses speziellen Materials erhalten werden. Schuhe aus Naturleder seien **die beste Alternative zum gesunden Barfußlaufen** – das Material schmiege sich wie eine zweite Haut um die zarten Kinderfüße.

Nachhaltigkeit erfordert ökologische und soziale Verantwortung

POLOLO stehe auch für den Anspruch, hohen Sozialkriterien zu genügen, Arbeitsplätze in seiner **eigenen Manufaktur in Deutschland** zu schaffen und das Know-how für in Handarbeit produzierte Hauschuhe zu erhalten und zu pflegen.

„Um all dies transparent zu machen, haben wir uns entschlossen, uns nach dem strengen IVN-Siegel für Naturleder zertifizieren zu lassen!“, berichtete die POLOLO-Gründerin. Kuntze erklärte kurz die **transparente Lieferkette** und unterstrich, dass POLOLO auch nach „BioKreis“ zertifiziert wurde. Zudem seien sämtliche POLOLO-Lederschuhe aufgrund der Schadstofffreiheit auch sehr gut für Allergiker geeignet und mit dem „ECARF“-Siegel für allergikerfreundliche Produkte versehen.

Kinderschuhe: Investition in die Fußgesundheit zahlt sich aus!

Es sei empfehlenswert, dass die Laufanfänger eben möglichst barfuß bzw. geschützt durch ökologisch produzierte Lederpuschen ihre **Fußmuskulatur trainieren**. Der Kauf gesundheitsförderlicher Schuhe



zähle sich aus, wenn man die möglichen Folgeschäden durch unpassende, mit Chemikalien behandelte Billigangebote einkalkuliert.

Kuntze erläuterte, dass Kinderfüße am Anfang ein durchaus **rasantes Wachstum** aufweisen könnten: im Durchschnitt einen Millimeter pro Monat. „*Daher sollten Eltern regelmäßig prüfen, ob die Schuhe überhaupt noch passen, denn zu kleine Schuhe können Schäden verursachen!*“, so ihr Rat. Bei POLOLOs sei dies sehr einfach machbar: Die Sohle sei herausnehmbar bzw. ließen sich die Lederpuschen umdrehen.

Sie berichtete über den Werdegang des Unternehmens und über die erfreuliche Erfahrung, dass das **Interesse an Schuhen aus schadstoffarmer Produktion** weltweit erkennbar zunimmt.



Foto: POLOLO OHG

v.l.n.r.: Franziska Kuntze (POLOLO) und Heike Hess (IVN)

IVN-Qualitätszeichen als Entscheidungshilfe für Hersteller, Händler und Endkunden

Heike Hess zeigte sich erfreut über die vielen Teilnehmer des Treffens und deren **großes Interesse**: „*Das zeigt doch, dass das Thema Nachhaltigkeit bei Leder- und Textilprodukten einen hohen Stellenwert hat, wie spannend und wichtig so ein thematischer Austausch für alle Seiten ist.*“

Die sehr anspruchsvollen, glaubwürdigen IVN-Qualitätszeichen wie „NATURLEDER“ oder „BEST“ zeigten auf einen Blick, welches besondere Produkt man in der Hand hält: „*Bekleidung, die ohne die Umwelt zu belasten und ohne die Ausbeutung von Arbeitern hergestellt wurde*“, so Hess. Die Verbraucher könnten sich darauf verlassen, ein **gesundes Produkt** zu kaufen, und Händler sowie Produzenten könnten sicher sein, dass ihre zertifizierten Lieferanten **hohe Umwelt- und Sozialstandards** erfüllen.

Ansprechpartnerin: Franziska Kuntze
POLOLO OHG Franziska Kuntze & Verena Carney
Teutonenstraße 27, 14129 BERLIN / DEUTSCHLAND
Telefon: +49 (0)30 797 098 66
Telefax: +49 (0)30 797 098 64
E-Mail: Franziska.Kuntze@pololo.de
Website: www.poloLO.com (mit Fotomaterial unter Menüpunkt Presse)
Facebook: <https://de-de.facebook.com/pages/Pololo/102994259750080>
Instagram: https://www.instagram.com/pololo_kinderschuhe/
Google+: <https://plus.google.com/106066603018551827473>

POLOLO wurde im Jahr 2003 von Verena Carney (Schuhdesignerin) & Franziska Kuntze (Betriebswirtin) in Berlin gegründet. Die Idee zum eigenen Schuhunternehmen kam den beiden Müttern im Zuge der erfolglosen Suche nach hübschen sowie nachhaltig produzierten Lauferschuhen für ihre eigenen Kinder. Sie begannen, Schuhe selbst zu entwerfen. Seit dem positiven Start – zunächst auf einem Weihnachtsmarkt in Berlin-Zehlendorf – wächst POLOLO kontinuierlich und erfolgreich. Mittlerweile zählen mehr als 800 Fachgeschäfte, Kataloge und Versender in Europa, Asien und Amerika zum Kundenkreis. Das Unternehmen beschäftigt 23 Mitarbeiter und bietet über 100 Kinderschuhmodelle an.