



Die drei Gründer Philip Mayer (30), Peter Merkert (30) und Lukas Pünder (30) haben sich zur richtigen Zeit, mit einem für den Handel derzeit wichtigsten Thema, selbstständig gemacht. Ihr Unternehmen retraced.co wurde offiziell im März 2019 gegründet mit dem Ziel, Transparenz und Nachhaltigkeit in der Modebranche zu schaffen. Die von den Gründern entwickelte digitale Plattform unterstützt zudem bei der Einhaltung des am 01.01.2023 eintretenden

Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG).



Da ich selbst im Handel tätig bin und mich das Thema LkSG aus Sicht des Verkäufers interessiert, habe ich einen der Gründer, Lukas Pünder, zu den Themen rund um das Gesetz und die Entstehungsgeschichte von retraced.co befragt.

Welche Geschichte verbirgt sich hinter eurer Idee, retraced.co zu gründen?

Philip, Peter und ich (Lukas) kennen uns seit der 5. Klasse des Gymnasiums, also seit rund 20 Jahren.

Philip und ich (Lukas) haben uns nach unserem Studium durch Zufall wieder getroffen, als wir bei ein und demselben Unternehmen eine Praktikantenstelle angenommen hatten. Wir beschlossen, eine Schuhmarke zu gründen mit dem Ziel fair, nachhaltig und transparent Schuhe zu vermarkten. 2018 gründeten wir das Unternehmen Cano mit Sitz in Düsseldorf. Wir stellten jedoch schnell fest, dass Fragen zur Nachhaltigkeit wie „Woher kommt das Produkt und/oder das Material?“ oft nicht beantwortbar waren, da die Daten dazu fehlten.

Und somit war die Idee, der Entwicklung einer digitalen Plattform zur Schaffung von Transparenz und Nachhaltigkeit in der Modebranche, geboren.

War euch damals schon bekannt, dass das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz ab 2023 kommen wird?

Nein, das wussten wir nicht. Die Idee retraced.co zu gründen kam ausschließlich durch die fehlenden Daten für unser erstes Unternehmen Cano zustande. Dass jetzt das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz zum 01.01.2023 greift, kommt uns natürlich entgegen.

Welche Kund*innen möchte retraced.co ihr in erster Linie bedienen?

Unsere Kundenzielgruppe basiert auf drei Säulen:

1. nachhaltige Markenunternehmen, meist kleinere Firmen
2. Unternehmen ab 3.000 Mitarbeiter, also den Größeren
3. den mittelbaren Lieferanten oder Sourcing Agenturen

Derzeit fokussieren wir uns auf die Markenunternehmen, also die kleineren Firmen. Sobald wir unser Know-how erweitert und die Plattform noch etwas ausgebaut haben, werden wir auch konventionelle Unternehmen stärker mit einbeziehen.

Welchen Nutzen bietet ihr euren Kund*innen?

unsere Kund*innen erhalten eine nachhaltige (Compliance) Managementlösung zur Datensammlung, Datenanalyse und Kommunikation

wir arbeiten materialagnostisch, d.h. sind breit gefächert aufgestellt und können jedes Material zurückverfolgen

alle Daten sind auf einer Plattform abgelegt und können jederzeit abgerufen werden

läuft ein Dokument aus und verliert die Gültigkeit, erhält man eine Erinnerung

die auf der Plattform abgelegten Dokumente werden durch retraced.co geprüft, wodurch unsere Kund*innen eine Art Kontrollmechanismus erhalten

Wie genau darf ich mir das in der Praxis in der Zusammenarbeit mit retraced.co vorstellen?

Zuallererst erhält das Unternehmen ein Profil auf unserer Plattform.

Dann digitalisieren wir den Status quo, also die vorhandenen Zertifikate und andere Daten, die das Unternehmen zur Verfügung stellen kann. Somit werden in diesem Schritt alle Excel Sheets oder ähnliches aufgelöst.

Im Anschluss werden die Daten von uns sorgfältig geprüft. Sollten wir ein Risiko feststellen, geben wir eine Empfehlungsanalyse ab, wodurch eine Art Anforderung entsteht.

Durch die einzelnen Lieferantenprofile können sich die Lieferanten untereinander

vernetzen, d.h. haben zwei Lieferanten in der Modebranche ein und denselben Vorlieferanten, partizipieren sie voneinander.

Je mehr Lieferanten, desto mehr Daten stehen auf der Plattform zur Verfügung. Der Nutzen in Summe liegt somit in den vorhandenen Lieferanten- und deren Datenvolumina.

Warum die Modebranche und keine weiteren Non-Food oder Food Kategorien?

Diese Frage wurde uns schon mehrfach gestellt. Im Grunde ist sie ganz einfach zu beantworten, sagt Lukas. Auch wenn wir jedes Material zurückverfolgen könnten, so hat doch jede Branche ihre Eigenheiten. In der Textilbranche beispielsweise gilt es, rund 12 Haupt- und den daraus resultierenden Subrisiken von retraced.co zu analysieren und bewerten. Das ist ein Grund, weshalb wir uns im ersten Schritt ausschließlich um die Modebranche kümmern. Würden wir parallel mehrere Branchen und deren Eigenheiten bearbeiten, bestünde die Gefahr, dass wir uns „verzetteln“ und das vermeiden wir derzeit durch die Fokussierung auf den Textilbereich.

Wo und wie macht ihr Werbung für retraced.co?

(Lukas grinst...) Also ganz ehrlich, derzeit machen wir keine Werbung. Wir wachsen monatlich mit rund 25 Prozent ohne aktive Werbemaßnahmen. Das ist für ein so junges Unternehmen wie wir es sind enorm. Uns ist es wichtig stabil, aber stetig zu wachsen. Deshalb betreiben wir aktuell keine gesonderte Werbung zur Neukundenakquise.

Was gibt es über euer Team zu berichten?

Unser Team besteht aus 22 Mitarbeitenden, welche aus rund 11 Ländern kommen. Die Anteile der Geschlechter sind gut verteilt. Unsere Hauptkommunikationssprache ist Englisch. Unter anderem dadurch entsteht nicht nur eine tolle Teamdynamik, sondern es ist auch ein Grundstein gelegt, weltweit agieren zu können.

Retraced.co ist in 6 Divisionen aufgeteilt wie Sales, Marketing, Produktentwicklung et cetera. Diese sind zwischen Philip, Peter und mir (Lukas) aufgeteilt. Das ist uns besonders wichtig, damit jeder von uns seine Stärken zielgerichtet einsetzen kann, wir aber auch in

der Lage sind, dieses rasante Wachstum überhaupt bewältigt zu bekommen. Klare Strukturen und Zuständigkeiten sind die Basis dafür.



Welche Wachstumspläne habt ihr?

Die Plattform bietet enormes Potenzial, alleine schon durch all die anderen Branchen neben Textil. Aber auch innerhalb einer Branche gibt es andere wichtige Handelsfelder wie etwa die Logistik. Wir haben schon einige Ideen, können und wollen aber an der Stelle noch keine Details nennen.

Resümee aus meiner Sicht als Autorin:

Das Gespräch mit Lukas zu retraced.co hat mich begeistert! Nicht nur die Themen Transparenz und Nachhaltigkeit an sich, sondern auch insbesondere die vielen zukunftsfähigen Ideen, den Teamgeist und den unbändigen Willen etwas zukunftsweisendes in der Modebranche zu erschaffen. Spitze!

Welchen Nutzen kann dieser Beitrag für Sie, liebe Lesende, haben?

jedes Handelsunternehmen ungeachtet der Unternehmensgröße kann diese Plattform nutzen

durch eine Teilnahme Ihrerseits an einer strategisch nachhaltigen Dokumentation können auch Sie Einfluss auf die Veränderung in der Modebranche nehmen

sollte Ihr Unternehmen unter das Lieferkettensorgfaltspflichtgesetz, ab 01.01.2023, fallen, haben Sie ein Partnerunternehmen an Ihrer Seite, welches bereits mit den dazugehörigen Themen vertraut ist.

Hier finden Sie zwei Videos:

[Retraced Story](#)

[Autonomous Database](#)