

Schöne Lachshaut

Lachsleder: Eine Firma aus Niederbayern hat ein fast vergessenes sibirisches Handwerk aufgegriffen. Das feine Material wird heute nicht nur von Topdesignern eingesetzt, sondern auch im Automobilbereich.

Lachs kennt fast jeder als Fischdelikatesse – was kaum einer weiß: Aus der Haut des Edelfischs lässt sich exotisches Leder geben. Ein Unternehmen aus Niederbayern hat aus diesem fast vergessenen Handwerk aus der sibirischen Region Nanai einen weltweit einzigartigen Modetrend gemacht. Salmo Leather veredelt als deutschlandweit einziges Unternehmen Lachshaut zu Luxusleder und gab ihm den Namen Nanaleder. Es wird vor allem für Fashion und Accessoires, Schuhe oder Schmuck verwendet. Doch nicht nur Topdesigner aus der Modebranche setzen bereits auf Nanaleder aus Niederbayern.

Die Rohware erhält Salmo Leather aus der Räucherlachs-Herstellung. Dort ist die Haut als „Nebenprodukt“ an. Nanaleder hat eine faszinierende, exotische Optik, die einen weltweiten Modetrend ausgelöst hat. Auf dem Laufsteg oder als edle Innenausstattung bringt Nanaleder frischen Wind in die Designwelt. So wird das angesagte Material zum Beispiel für den Bezug exquisiter Möbelsstücke oder in Inneneinrichtung für Yachten und Luxuslimousinen verwendet. Die Firma Hamann zeigte auf der Messe ArtSalon in Genf den BMW X6 mit exotischer Interieurapplikation aus Nanaleder.

Exotisch und robust

Sowohl sein exotischer Charakter als auch die enorme Robustheit und Leichtigkeit machen Lachsleder zu einem begehrten Material. Als Nebenprodukt der Fischproduktion ist es zudem eine „tierfreundliche“ Alternative zu exotischen Lederarten wie Rochen, Schlange, Strauß oder Alligator. Nanai vereint Nachhaltigkeit und Ökologie, denn durch das eigens entwickelte spezielle vegetabile Herstellungsverfahren können natürliche Farben wie Kastanienbraun hergestellt werden.

Die Idee zur Produktion von edlem Lachsleder entstand damals bei Europas größtem Räucherlachsproduzenten im Bayerischen Wald. Was tun mit den Tonnen von Lachshaut, fragte man sich bei der Lachshäuter GmbH. Die Lösung: die jahrtausendealte Handwerkskunst der Nanai. Der sibirische Stamm stellt von jeher Zelte, Taschen, Kleidung und Schmuck aus Fischhaut her. In jahrelanger Forschung gelang es dem damaligen Teilhaber der Lachsfabriken und Salmo Leather-Mitbegründer Holger Hain, aus dem uralten Traditionshandwerk ein industrielles Verfahren zu entwickeln, das die charakteristische Struktur der Lachshaut erhält und alle Normen der modernen Lederproduktion erfüllt. Heute wird Nanaleder aus dem Bayerischen Wald in 32 Farbtönen sowie auf Wunsch auch lackiert in alle Welt verkauft. am



Viele eine zweite Haut: Viele Modedesigner – wie zum Beispiel Marcel Osterlag aus München – setzen auf Nanaleder aus Niederbayern.

„Wir wollen weiter in Bayern produzieren“

Salmo Leather: Interview mit Holger Hain, Geschäftsführer des Unternehmens mit Sitz in Bischofsmais.

Wirtschaftskurier: Herr Hain, wie kam es zu der Idee, Lachsleder herzustellen?

Holger Hain: Die Idee, Lachshaut zu einem hochwertigen Leder zu verarbeiten, entwickelte sich 2006. Ein Geschäftspartner aus Russland zeigte eine Geldbörse aus Fischleder. Wir organisierten einen Mann aus Sibirien, abstammend von den Nanais, einem kleinen Volk in Sibirien, das am Fluss Amur lebt. Zu erst als Meines Versuchslabor in Bischofsmais, später durch Versuche der bekanntesten Hersteller von Exotikledern in ganz Asien, konnte auch mithilfe der BASF selbst ein zertifiziertes Leder entwickelt werden.

Die Haut wird eigentlich zu Fischmehl verarbeitet. Dabei ist Lachshaut ein sehr dünnes und leichtes Material, trotzdem extrem strapazierfähig. Durch jahrelange Entwicklung, Zertifizierungsverfahren und die Zusammenarbeit mit Gerbereischulen hat sich der Weg zu unserer jetzigen Produktion geebnet. Unser Ziel war damals, eine höhere Wertschöpfung aus anfallenden Abschritten zu generieren. Motiviert durch die Aspekte Artenschutz, Nachhaltigkeit und ökologische Verwendung, haben wir die Entwicklungsphasen konsequent durchlaufen.

Wie wurde die Idee finanziert?

Unser Vorteil war, dass nicht nur meine Partner und ich als frühere Eigentümer der Lachswascherei, sondern auch der neue Eigentümer nach dem Verkauf 2008 von diesem Produkt überzeugt waren. So eine intensive Idee kann natürlich nur durch privaten finanziellen Einsatz aktiviert werden. Ein Dankeschön an dieser Stelle an die Bayerische Beteiligungsgesellschaft in München, die als stiller Gesellschafter ebenfalls Risikokapital bereitstellte. Inzwischen steigt unser Umsatz stetig und wir arbeiten seit Kurzem kostendeckend. Wir wollen weiterhin in Deutschland produzieren, auch wenn billigere Produktionsmöglichkeiten in Niedriglohnländern locken. Meine Erfahrungen in anderen Bereichen zeigen, dass billiger nicht immer günstiger bedeutet und die Qualität schleichend leidet.

Das Interview führt E. Mija KIEHN/PP