

# Schweizer Präzision in Marokko

**Minimalistische Formen, starke Farben und ein nachhaltiges Wachstum – das Schweizer Taschen- und Accessoireslabel Nasire, dessen edle Lederprodukte nach traditionellem marokkanischem Lederhandwerk in Marrakesch hergestellt werden, vereint das Beste beider Welten. Matteo Lettieri, Mitgründer der Marke, spricht über den Produktionsstandort und erklärt, wieso die angesagte Stadt für Nasire besser als jede Modemesse ist.**

INTERVIEW AYLIN ASLAN

BILD JOAN MINDER

## **Wofür steht Nasire?**

Wir machen Produkte, die geradliniges, minimalistisches Schweizer Design mit der Farbenvielfalt und Lebensfreude Marokkos verbinden. Neben Ästhetik und Hochwertigkeit ist uns Funktionalität sehr wichtig, denn unsere Taschen sind fürs Unterwegssein gemacht. Ohne grossen Schnickschnack konzentrieren wir uns auf praktische Details, die das Reisen komfortabler machen, und vereinen auf diese Weise die Essenz beider Länder. Nasire ist das arabische Wort für Begleiter – genau das sollen unsere Taschen sein.

## **Warum machen Sie Accessoires, wo der Markt doch schon gesättigt ist?**

Das hat sich mehr oder weniger zufällig ergeben. Als wir damals anfangen, mit eingekauften Taschen zu handeln, waren wir bald nicht mehr zufrieden mit der Qualität und dachten: Das können wir besser. Es ist richtig, dass der Accessoiresmarkt nicht der dankbarste ist. Aber im Zuge der Nachhaltigkeit wollen Kunden heute wissen, wo ihr Produkt und dessen Rohstoff herkommen, wie es gegerbt wurde und wer es produziert hat. Ich würde sagen, für die Verhältnisse in diversen Produktionsstätten Marokkos schlagen wir uns diesbezüglich sehr gut.

## **Inwiefern?**

Es ist natürlich immer eine Herausforderung, in einem Land, in dem Menschen teilweise Hunger leiden, etwas Luxuriöses wie nachhaltige Produktion voranzutreiben, weil da oft das Verständnis fehlt. Wir haben aber eine kleine Produktionsstätte gefunden, die wir zu grossen Teilen mit aufgebaut haben und wir kennen die Mitarbeitenden persönlich. Zudem legen wir grossen Wert darauf, die kleinsten Ausschnitte des Leders zu verwenden und nichts wegzwerfen, weswegen wir auch Produkte wie Keychains und

Microwallets im Angebot haben. Ein weiterer Vorteil ist, dass wir im Rahmen dieser Zusammenarbeit stets auch Kleinstmengen auf Nachfrage produzieren lassen können, was für uns ebenfalls in den Gedanken der Nachhaltigkeit reinspielt.

## **Wie profitiert Nasire – abgesehen von der Produktion – von Marrakesch als Standort?**

Die Stadt ist in aller Munde und zurzeit bei Models, Influencern, Bloggern und auch Touristen sehr gefragt. In unserem Store – dem bisher einzigen Nasire Store, abgesehen vom Webshop und von den rund 30 Handelspartnern weltweit – verkaufen wir hauptsächlich an Touristen, die bereit sind, für echte Qualität gutes Geld in die Hand zu nehmen. Wir haben keine PR-Agentur und gehen nicht an Messen, denn wenn man in Marokko etwas gut macht, fällt man auf, sodass die Leute von allein auf uns zukommen. So gesehen ist Marrakesch für uns also quasi PR-Agentur, Messe und Showroom in einem.

## **Nasire gibt es seit drei Jahren. Was haben Sie gelernt?**

Wahnsinnig viel. Ich glaube, es gibt keine bessere Ausbildung als das, was wir tun: Entwickeln, lernen, führen, Buchhaltung machen, wirtschaften, aus Fehlern lernen und von neuem beginnen ist etwas, das ich aus den Jahren mitgenommen habe – und das ist unbezahlbar.

## **Was ist zukünftig geplant?**

Wir arbeiten momentan an einem zweiten Standort in Marrakesch, wollen uns aber auch in der Schweiz noch mehr etablieren. Zudem sind wir immer auf der Suche nach Kooperationen mit Designern, um uns weiterzuentwickeln. Wir bringen einmal jährlich eine neue Kollektion heraus, im September ist es wieder so weit. Zudem planen wir, Slippers in unser Sortiment aufzunehmen. Die Prototypen haben wir bereits, jetzt gilt es, diese an die Füsse zu bringen.



# textilrevue

#9 | 7. AUGUST 2019 | CHF 16.50  
TEXTILREVUE.CH



## Schuhe & Accessoires

NAMEN, TENDENZEN  
UND MODELLE IM  
GROSSEN ORDERGUIDE



**DER DEAL MIT FÄLSCHUNGEN**  
DIE AUSWIRKUNGEN UND WIE  
MAN SICH SCHÜTZEN KANN

**NEVER NOT ON**  
DIE STRATEGIE DER  
SCHWEIZER SCHUHMARKE ON

**PLUS SIZE BAUT AUS**  
DER MARKT MIT ÜBERGRÖSSEN  
MACHT SICH BREIT