

# schuhkurier\*

**So wurde Freizehn zur Institution für Barfußschuhe**

**Bär setzt auf Barfuß- und Sportschuhe**

**AG Barfußschuhe will Händler und Kunden beraten**



**Fußtherapeutin  
Lena Wiewell:  
„Der große Zeh ist  
der Chef am Fuß“**

# Die Barfußschuh-Institution

Fotos: Freizehn



Freizehn-Gründerin Stefanie Steinert mit ihren Kindern. Die Suche nach Barfußschuhen für sie war vor zehn Jahren noch deutlich komplizierter.

Seit Herbst 2015 werden über das Online-Angebot **Freizehn** Barfußschuhe angeboten. Gründerin **Stefanie Steinert** legt hohen Wert darauf, dass die Kundinnen und Kunden schnell finden, was sie brauchen. Und die Händlerin will mit Fakten statt mit Schätzungen beraten.



**Vor rund zehn Jahren waren Barfußschuhe noch ein Nischenthema, als Stefanie Steinert nach einer Lösung suchte, um ihren beidseitigen Fersensporn zu bekämpfen.** Ein Thema, für das man kaum in Geschäften oder großen Online-Shops Beratung finden konnte, weshalb der Weg über Facebook-Gruppen und viel Eigenrecherche ging. Nachdem Steinert das Thema ent-

deckte, sich damit beschäftigte und Barfußschuhe kaufte, gingen ihre Schmerzen tatsächlich zurück. Doch viele Hersteller waren damals in Deutschland nicht aktiv. Entsprechend kompliziert war es bei den hohen Versand- und Zollgebühren, an die Schuhe für sich und ihre zwei Kinder zu kommen. „Das war echt ein Krimi damals. Heute schwimmt man in einem Meer an Auswahl und

muss sich eigentlich nur entscheiden. Damals habe ich die Schuhe direkt aus Tschechien, Neuseeland oder Kanada bestellt. Das war natürlich entsprechend teuer und unbequem, weil man sie dann ja auch nicht zurückschicken konnte.“

In den Facebook-Gruppen gab es viel Austausch darüber, wie man denn jetzt am bequemsten an Barfußschuhe herankommt. Einen markenübergreifenden Shop in Deutschland gab es nicht. Das hat Steinert zum Anlass genommen, es selbst in die Hand zu nehmen, ihr Unternehmen, wo sie als Informatikerin und Projektmanagerin gearbeitet hatte, zu verlassen und den Online-Shop Freizehn zu gründen, erinnert sie sich: „Ich hatte keine Ahnung von Selbstständigkeit, von Online-Shops oder von Einzelhandel. Und habe dann einfach mit meinen zwölf Jahren Background als Programmierer und im Projektmanagement Learning by Doing gemacht und losgelegt.“ Unten im Keller ein Regal freigeräumt, wurden die Lieferanten angeschrieben und der Online-Shop aufgebaut. „Es kam erst das zweite Regal dazu, dann der ganze Keller. Irgendwann fingen Kartons an, das halbe Haus zu annekieren und die erste Mitarbeiterin hat vom Esstisch aus gearbeitet. Es ging alles sehr zügig.“ Nach einem Jahr kamen weitere Mitarbeitende dazu. 2017 wurde die Ware ins erste Lager geschafft, weil das Interesse nach Barfußschuhen bei Freizehn

Für die Kundinnen und Kunden in der Umgebung gibt es im Lager in Hennef einen Werksverkauf mit Möglichkeiten zum Probelaufen.



„Ich nehme nur Schuhe in den Shop auf, die ich gut finde und mir oder meinen Kindern anziehen würde.“

**Stefanie Steinert**, Freizehn

sprunghaft angestiegen sei. Mittlerweile wurden Lager- und Büroräume in Hennef bezogen und über zehn Menschen arbeiten heute für Freizehn. Die eine Hälfte im Lager, die andere Hälfte im Büro.

## Passformen statt Geschlechter

Im Online-Shop wurde von Anfang an Wert darauf gelegt, dass der Kunde durch das Design schnell finden soll, was er braucht. „Dadurch, dass ich keine Ahnung hatte, habe ich alles so aufgebaut, wie es für mich sinnvoll erschien“, sagt Steinert über die Anfänge. Darum zeichnet sich die Website durch mehrere Elemente aus, die nicht viele Online-Shops haben, die Orientierung aber auf elegante Weise erleichtern. Alle Preise sind in runden Euro-Werten angegeben. Direkt unter dem Preis kennzeichnet eine Riege an plakativen Logos alles, was jemand über den Schuh wissen muss: Ob der Hersteller die Arbeitskräfte glaubhaft fair bezahlt, in welchem Land die Schuhe

produziert werden, ob sie reine Barfußschuhe sind oder in einer Eigenschaft einen Kompromiss darstellen, oder ob sie atmungsaktiv und wasserabweisend sind. Es wurde probiert, wie die Schuhe am besten dargestellt werden können. Zu Beginn wurden die Schuhe zum Beispiel stark nach Jahreszeiten sortiert. Eines gab es aber nie: eine Einteilung nach Geschlechtern. „Meine Auffassung war immer, dass man die Schuhe nicht am Geschlechtsteil trägt, sondern am Fuß. Und dass die Fußform entscheidend ist“, stellt Steinert klar. Stattdessen soll jede Person Schuhe für die eigene, individuelle Passform finden, anstatt dass Männer mit schmalen Füßen oder Frauen mit breiten Füßen dazu verleitet werden, die falschen Schuhe zu kaufen.

Dafür misst die Inhaberin seit Beginn an alle Modelle per Hand aus und blendet die Länge sowie die Breite an den Zehen im Shop ein. Nach Angaben Steiners erfunden hat Freizehn dann den Größenfinder. Der ist im Shop ganz vorne und damit die ers-

te Anlaufstelle, damit Interessierte schnell die Schuhe finden, die ihnen passen werden. Dort können die Maße und der gewünschte Spielraum eingetragen werden. Auch bei der Umsetzung des Größenfinders zeigt sich, wie wichtig es Steinert ist, dass man die Füße von sich und seinen Kindern auch wirklich korrekt misst und möglichst die richtigen Schuhe bei ihr kauft. Wer die Maße einträgt, muss bestätigen, die Messanleitung auch wirklich gelesen zu haben. Sonst gibt es keine Schuhe zu sehen. Darüber hinaus hat der Größenfinder viele weitere Filtermöglichkeiten, wie nach Schuhtyp, Membran oder veganen Materialien, um noch gezielter an den richtigen Schuh zu kommen.

## Die Grenzen des Größenfinders

Perfekt sei das Tool noch nicht, sagt die Erfinderin selbst: „Anhand der zwei Dimensionen ist es natürlich nicht möglich, die perfekte Passform eines drei-

dimensionalen Schuhs zu versprechen. Aber es ist besser als nichts.“ Es gebe noch keine ihr bekannte, belastbare Möglichkeit, die Spannhöhe zu messen. Manche Shops würden auf Basis des persönlichen Eindrucks angeben, ob der Spann hoch, mittel oder niedrig ist. Doch das ist für Steinert keine Alternative: „Ich halte es für problematisch, subjektive Einschätzungen als Maße anzugeben. Ich möchte Messwerte haben, wenn ich etwas im Shop ausweise.“ Zumal sie als reine Online-Händlerin weniger direktes Feedback und weniger Erfahrungswerte hat als der Händler eines stationären Geschäfts, der täglich im Laden steht. Der Größenfinder hilft, die Retourenquote möglichst gering zu halten, doch es werden immer noch viele Schuhe bestellt, um sie wieder zurückzuschicken. Gerade wegen der mittlerweile großen Auswahl von rund 80 Marken (inklusive arrondierender Sortimente), sagt die Inhaberin: „Die Leute bestellen dreimal einen Midcut-Schuh in Blau von

verschiedenen Marken und das dann in jeweils zwei Größen, weil sie sich nicht sicher sind. Ich merke auch, dass viele seit der Pandemie ein anderes Bestellverhalten an den Tag legen und viel mehr zum Ausprobieren bestellen.“ Um gegen die extremsten Fälle vorzugehen, wurde der Wert und die Anzahl im Warenkorb limitiert. Die Retourenquote schwankt je nach Modell zwischen 40 und 60%. Der Größenfinder hat die Retourenquote um ca. 10% reduziert, die Verhaltensänderung bei den Kundinnen und Kunden gleicht diese Ersparnis jedoch ungefähr wieder aus.

Auch über die Suche nach dem richtigen Schuh hinaus informiert Stefanie Steinert mit Freizehn über alles Wissenswerte rund um Barfußschuhe und Schuhe im Allgemeinen. Zuletzt hat sie auf ihrem Youtube-Account auch eine Dokumentation über ihren Besuch beim Hersteller Koel gepostet. Die harte Arbeit und Handwerkskunst mit eigenen Augen zu sehen, hat auch bei ihr selbst noch ein-

mal für eine ganz neue Wertschätzung gesorgt: „Natürlich wusste ich, wie ein Schuh hergestellt wird. Aber es ist schon etwas anderes, wenn man selbst in diesem Lärm, der Hitze und den Gerüchen steht. Die Arbeit, die diese Menschen leisten, ist hart. Da fragt man sich, wie manche Schuhe überhaupt so günstig sein können.“

### Mit klarer Haltung, aber ohne Dogmen

Trotz der großen Menge an Marken ist die Auswahl nicht wahllos. Vielmehr wird jede Marke auf ihre Qualität geprüft, erklärt die Freizehn-Gründerin: „Ich nehme nur Schuhe in den Shop auf, die ich gut finde und mir oder meinen Kindern anziehen würde.“ Zum Beispiel hatte sie eine Marke zunächst nicht mit ins Angebot genommen, weil die Schuhe bei ihr beim Probetragen Knieschmerzen ausgelöst hatten. Erst als die Sohle angepasst wurde und die Probleme nicht



Stefanie Steinert hat die Produktionsstätte von Koel besucht und ihren Kundinnen und Kunden nahbar gemacht, wie aufwändig die Produktion von Schuhen ist.

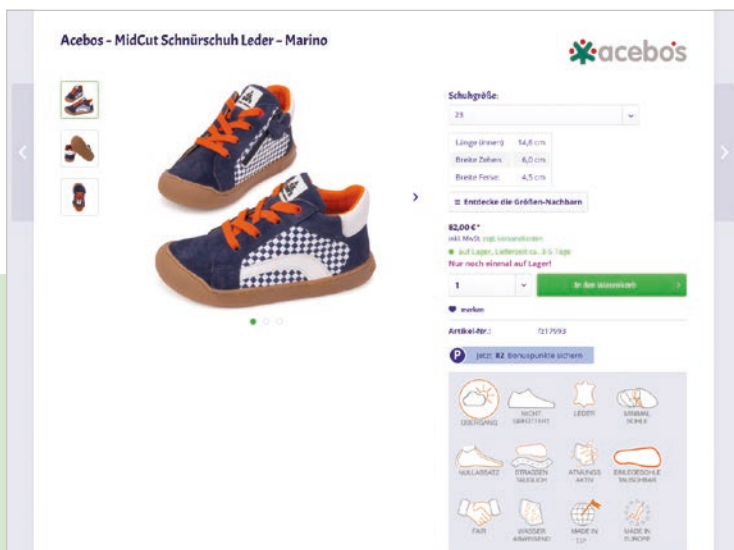


Der Größenfinder hat mittlerweile viele Funktionen, um schnell den richtigen Schuh für die individuellen Maße und Vorstellungen zu finden.



mehr auftraten, wurde die Marke aufgenommen. Auch bei den sogenannten Kompromisschuhen gibt es klare Regeln, unter welchen Umständen sie im eigentlich reinen Barfußschuh-Store im Sortiment bleiben würden. Kompromisschuhe sind Modelle, die nicht alle Kriterien eines Barfußschuhs erfüllen. Bei ihnen gibt es einen erklärenden Text, warum sie als Kompromisschuhe eingestuft werden und dennoch verkauft werden. Grundsätzlich gilt: Sie dürfen im Shop bleiben, solange es keinen reinen Barfußschuh gibt, der im Design und der Funktion die gleichen Anforderungen erfüllt. Auch neue Entwicklungen werden erst aufgenommen, wenn Steinert durch Testläufe und Gespräche mit Experten ausschließen kann, dass sie sich nicht negativ aufs Gangbild auswirken: „Ich verkaufe keine Schuhe, wenn ich Bedenken habe, ob sie sich nicht gesundheitlich nachteilig auswirken könnten. Im Zweifel muss man mir das Gegenteil beweisen.“

Die letzte Qualitätskontrolle bei Koel. Steinert war von der präzisen und anstrengenden Arbeit bei lärmender Lautstärke beeindruckt.



Material, Herstellungsland, empfohlenes Wetter:  
Die Icons bieten einen schnellen Überblick über  
die Eigenschaften der Schuhe.

Ein Blick auf die frisch  
produzierten Sohlen aus der  
Dokumentation über Koel.



Stefanie Steinert will bei dem Thema niemanden mit einer Ganz-oder-Gar-nicht-Haltung abschrecken. Stattdessen ist es ihr Anliegen, Menschen die Möglichkeit zu geben, etwas auszuprobieren, das ihre Lebensqualität erhöhen könnte: „Ich halte bei dem Thema nichts von harten Dogmen. Es gibt auch viele, die mit Barfußschuhen anfangen und dann ihre Einlagen reinlegen. Jeder muss auf seinen Körper hören und die Entwicklung beobachten, anstatt etwas zu erzwingen.“ Wenn der Weg also zunächst über Kompromisschuhe, kurze Wege oder Einlagen geht, könne das nicht schaden. Grundsätzlich ist die Händlerin jedoch der Meinung, dass Barfußschuhe den meisten Menschen guttun: „Ich glaube, dass Barfußschuhe für die allermeisten Menschen gut geeignet sind, da sie sich mehr an der Fußform orientieren. Ein wenig aufpassen müssen Diabetiker, die Taubheitsgefühle in den Füßen haben. Und wer Vorerkrankungen hat, etwas älter ist und viele Absatzschuhe getra-

gen hat, der muss bei der Umstellung besonders vorsichtig sein.“ Auch viele Barfußschuh-Neulinge würden bei Freizehn ihre ersten Schuhe bestellen; es gibt eine kuratierte Auswahl an Schuhen, die besonders gut für Neueinsteiger geeignet sind. Als eines der ersten Angebote in dem Bereich ist der Shop mittlerweile eine Institution. Und wer nach Barfußschuhen sucht, wird sehr wahrscheinlich bei den ersten Ergebnissen auf Freizehn stoßen. Das liegt laut Steinert an zwei Dingen: „Harte Arbeit und SEO. Ich stecke gar nicht so viel Geld in Anzeigen. Aber man muss die Regeln von SEO konsequent einhalten und die Seite kontinuierlich pflegen.“

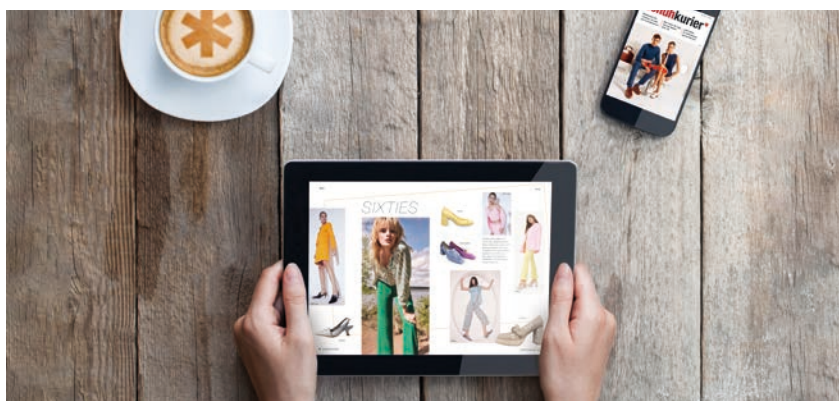
### Stationäre Betreuung als Service

Einen stationären Laden zu eröffnen, ist für Steinert keine Option: „Ich habe keine Kraft, mich nebenher noch um einen stationären Laden zu kümmern.

Und das ist auch kein Problem. Ich bin ein Online-Kind und überlasse das Feld gern denen, die da mehr Spaß dran haben.“ Einmal in der Woche gibt es einen Lagerverkauf nach Termin, um den Kundinnen und Kunden in der Region die Möglichkeit zu geben, die Schuhe vor Ort anzuprobieren und mitzunehmen. Außerdem hilft das Angebot Menschen mit Behinderungen oder Fußproblemen, die sehr individuelle Ansprüche an die Schuhe haben. Sie erhalten eine 1:1-Betreuung. „Es lohnt sich für uns nicht“, sagt Steinert. „Aber es ist ein Service, den wir der lokalen Bevölkerung gerne anbieten.“

Christopher Mastalerz

## Empfehlungen



**Für alle im Homeoffice:  
schuhkurier digital lesen und  
keine Top-News verpassen.**

**Dafür haben wir eine Lösung:  
E-Paper-Lizenzen.**

Rufen Sie uns gerne an: +49 (0) 211 – 5 77 08 35

**Ihr Mediaservice  
Ansprechpartner:**

Michael Duong

md@sternefeld.de

Tel. +49 (0) 211 / 5 77 08-40

## Impressum\*

**Sternefeld Medien GmbH**  
Niederkasseler Straße 1  
D-40547 Düsseldorf  
Tel. +49 (0)2 11 - 5 77 08-0  
Fax +49 (0)2 11 - 5 77 08-12  
www.schuhkurier.de

### Geschäftsführung:

Holger Knapp, Tel. -30, hk@sternefeld.de  
Caroline Witzlau, Tel. -31, cw@sternefeld.de

**Herausgeber:** Michael Brumme

**Chefredaktion (V.i.S.d.P.):** Petra Steinke, Tel. -21, ps@sternefeld.de

### Redaktion:

Christopher Mastalerz, Tel. -24, cm@sternefeld.de

Christian Kandlin, Tel. -20, ck@sternefeld.de

**Redaktion allgemein:** sk.redaktion@sternefeld.de

**Verlagsleitung:** Anne Kempf, Tel. -35, ak@sternefeld.de

### Media-Sales:

Andrea Gieffers, Tel. -37, ag@sternefeld.de

Sophie Linnenberg, Tel. -36, sl@sternefeld.de

**Mediaservice:** Michael Duong, Tel. -40, md@sternefeld.de

**Verlagsrepräsentanz:** Ediconsult Internazionale S.R.L. Laura Thurner,  
Via Savona 97, I-20144 Milano, Tel. +39 - 02 - 47 71 00 36,  
Fax +39 - 02 - 47 71 13 60, milano@ediconsult.com

**Anzeigenpreisliste:** Nr. 69 gültig ab 01.01.2024

**Vertriebsleitung:** Dagmar Brumme, Tel. -26, db@sternefeld.de

### Leserservice:

Tanja Müller, Tel. +49 (0) 2 11 - 5 77 08 - 28,

Fax +49 (0) 2 11 - 5 77 08 - 12, E-Mail: leserservice@sternefeld.de

**Bezugsbedingungen:** Inland jährlich 306,00 EUR (zzgl. MwSt., inkl. Versand)

Im Abonnement enthalten: schuhkurier wöchentlich, stepkids 2 x im Jahr.  
Das Abonnement läuft unbefristet und kann zum Monatsende abbestellt werden,  
wenn dem Verlag die Abbestellung bis zum 1. des Monats vorliegt.

Die Gebühr für schon bezahlte aber noch nicht gelieferte Ausgaben wird erstattet.

Abonnementgebühren sind nach Erhalt der Rechnung im Voraus zu begleichen.

Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen, mit

Namen oder Initialen gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des Autors

und nicht unbedingt die der Redaktion wieder. Nachdruck und Vervielfältigungen,

gleich welcher technischer Art, nur mit Genehmigung des Verlages.

Bei höherer Gewalt kein Recht auf Rückerstattung.

Gerichtsstand und Erfüllungsort Düsseldorf

### Offizielles Organ schuhschweiz:

schuhschweiz, Rössligasse 15,  
CH-4460 Gelterkinden, Tel. +41 (0)61 9 85 96 00,  
Fax +41 (0)61 9 85 96 03, info@schuhschweiz.ch



### Partner von schuhkurier:

LDT Fachakademie für Textil & Schuhe GmbH  
Tel. +49 7452 8409-0, Fax +49 7452 8409-40,  
post@ldt.de

**Druck:** W. Kohlhammer Druckerei GmbH & Co. KG,  
Augsburger Straße 722, D-70329 Stuttgart

DEUTSCHE

FACHPRESSE

Druckprodukt mit finanziellem  
**Klimabeitrag**  
ClimatePartner.com/12585-2409-1028

