

SCHLUSS mit der Verschwendung

Was mittelständische Unternehmen tun können, um eine Kreislaufwirtschaft zu etablieren



Da geht noch was: Digitalisierung schafft die Grundlagen dafür, dass Produkte und Verpackungen nicht einfach weggeworfen werden, sondern als Teil der Kreislaufkette wiederverwendet werden können

GETTY/TATIANA MAKSIMOVA

Die manns hohe Bärenskulptur im Eingangsbereich des Bonner Globetrotter-Stores fällt sofort ins Auge. Zwar ist die Motivwahl nicht überraschend, schließlich ist der skandinavische Braunbär zentraler Bestandteil im Logo des Outdoor-Ausrüsters. Außergewöhnlich ist aber das Material: Der Bär wurde aus Metallabfällen geschaffen – aus Teilen der früheren Ladeneinrichtung, die anders nicht mehr verwendet werden konnten. Damit weist der Bär auf die Besonderheit der im Mai eröffneten Globetrotter-Filiale hin: Es ist der erste Re:Think-Store der Outdoor-Kette. „Beim Konzept haben wir uns an den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft orientiert“, erklärt Miriam Ersch-Arnolds, PR-Managerin bei Globetrotter. Man habe nicht nur die Fläche, sondern nahezu die gesamte Einrichtung des Vormieters Conrad Electronic übernommen – von den Regalen bis zum Teppichboden. Nach dem Patchwork-Prinzip wurde aus alten Materialien eine Teststrecke für Wanderschuhe gebaut. An Metallhalterungen, an denen früher Staubsauger befestigt waren, reihen sich nun Rucksäcke. „Mit der konsequenten Wiedernutzung des alten Inventars stellt unser Re:Think-Store ein echtes Pionierprojekt dar“, sagt Globetrotter-Geschäftsführer Andreas Vogler.

VON KATRIN STARKE

Und in der Tat: Im Handel zählt Globetrotter zu den Vorreitern in Sachen Nachhaltigkeit. Noch sei „der Weg zur Kreislaufwirtschaft für viele Unternehmen eher Theorie als Praxis“, sagt Franziska Dickmann, Projektleiterin im Mittelstand-Digital Zentrum Handel. Geleitet wird das Zentrum vom Handelsverband Deutschland. Zuletzt wurden 425 Händler zum Thema Kreislaufwirtschaft befragt. Das Ergebnis könnte besser ausfallen, meint Dickmann. Zwar halte ein Großteil der Befragten ökologische Nachhaltigkeit durchaus für wichtig, doch verfüge nur rund die Hälfte der Händler über ein eigenes Nachhaltigkeitskonzept.

„Daran, Kreislaufwirtschaft im Unternehmen zu etablieren, arbeiten durchschnittlich sogar nur 14 Prozent“, führt Dickmann weiter aus. Ein für sie wenig überraschendes Ergebnis: Insbesondere die kleinen und mittleren Unternehmen hinken hinterher, während die größeren Firmen bereits nicht nur Konzepte erstellt haben, sondern die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft auch umsetzen. „Weil sie über mehr Ressourcen verfügen“, liegt für Franziska Dickmann die Begründung auf der Hand. Den Mittelständlern dagegen fehlten oftmals nach eigenen Angaben die finanziellen Mittel, um eine Umrüstung zu stemmen. Außerdem mangle es ihnen an Zeit und teilweise auch am Knowhow, wie sie das Thema in ihrer Firma angehen sollen.

Das nötige Wissen zu vermitteln, hat sich das vom Bund geförderte Mittelstand-Digital Zentrum Handel auf seine Fahnen geschrieben. Um das Angebot möglichst niederschwellig zu halten, ist beispielsweise das Digitalmobil in ganz Deutschland unterwegs, um die Unternehmer direkt vor Ort mit ihrem Wis-

sensstand abzuholen. Dickmanns Hoffnung ist, dass die derzeit nachwachsende Unternehmensgeneration die Kreislaufwirtschaft weiter vorantreibt. „Wir sind in einer Umbruchsituation“, sagt sie. Innovative Ideen zum rücksichtsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen und zur Verwendung nachwachsender Rohstoffe oder recycelbarer Produkte kämen eher aus jungen Unternehmen.

Dem Status eines Start-ups ist die Firma Creapaper mittlerweile entwachsen. 1990 von Uwe D’Agnone gegründet, gehört Nachhaltigkeit geradezu zur DNA des mittelständischen Unternehmens aus Hennef im Rheinland. Denn Creapaper setzt bei der Produktion von Papier und Pappe auf einen schnell nachwachsenden Rohstoff – auf Gras. Noch befindet sich Creapaper mit seinem Graspapier zwar in einer Nische, sagt Geschäftsführer Thomas Eicher. Aber man habe das Ziel fest vor Augen, „die Papierindustrie Schritt für Schritt grüner zu machen“. Üblicherweise arbeitet die Industrie mit Holz-Zellstoff. Und mit Recyclingpapier. Aber auch das sei ja mal auf Holzbasis produziert worden, erklärt Eicher. Auch dafür seien irgendwann Bäume gefällt worden. „Die Bäume sind aber immens wichtig für unser Klima, binden in signifikantem Maße Kohlendioxid – und je länger sie wachsen, umso mehr CO₂ ziehen sie aus der Luft.“ Gras dagegen bleibe als Pflanze nach dem Mähen erhalten und wachse zudem schnell wieder nach. „Indem wir speziell aufbereitete Graspfasern in den Herstellungsprozess einbringen, benötigen wir weniger Zellstoff aus Holz“, sagt Eicher. Noch seien die Produkte von Creapaper zwar nicht frei von Holz-Zellstoff, aber man arbeite stetig daran, dessen Anteil weiter zu verringern. 3751 Kilowatt Strom würden benötigt, um eine Tonne Zellstoff aus

maximal“, sagt Eicher. Viele Verbraucher haben vermutlich schon einmal ihren Einkauf in einer auf Grasbasis hergestellten Tragetasche nach Hause getragen. So nutzen beispielsweise Kaufhäuser wie Peek & Cloppenburg oder Einzelhändler aus dem Rewe- und Edeka-Verbund Creapaper-Produkte.

Auch der Online-Handel setzt zunehmend auf wiederverwertbare Versandtaschen. Zudem haben viele Online-Händler mittlerweile einen Second-Hand-Bereich. Von den Verbrauchern wird das auch zunehmend erwartet. Allerdings seien die Produktionsbedingungen von Waren vielfach nicht transparent, wird von Konsumentenseite nicht selten bemängelt. Man könne kaum nachvollziehen, wie umweltfreundlich oder -schädlich ein Produkt hergestellt worden sei. Von der Politik wird aktuell ein sogenannter „Produktpass“ diskutiert, der die gesamte Wertschöpfungskette abbilden soll. Damit könnten beispielsweise Recyclinganteil, Energieeinsatz oder Emissionen nachgewiesen werden, erklärt Iris Gräßler, Inhaberin des Lehrstuhls für Produktentstehung am Heinz Nixdorf Institut der Universität Paderborn und Vorsitzende des VDI-Fachbeirats Digitalisierung und Virtualisierung. „Ein Schlüsselfaktor für die Kreislaufwirtschaft ist die Digitalisierung. Denn nur mit Daten kann nachgewiesen werden, dass gesetzliche Forderungen erfüllt werden. Dies muss über die einzelnen Stufen einer Lieferkette hinweg erfasst und belegt werden“, sagt die Professorin.

Digitalisierung sei zudem die Basis dafür, „dass ein Produkt nicht seinen Wert verliert, wenn es nicht mehr gebraucht wird, sondern wir diesen Wert zurückgewinnen – für einen neuen Kreislauf.“ Um das zu ermöglichen, müsse unter anderem bekannt sein, wie ein Produkt für einen zweiten Lebenszyklus wiederaufbereitet werden müsse und welchen Belastungen es danach wieder standhalte, hebt sie hervor und bringt ein Beispiel: „Bei Kunststoffen spielen Faserlänge und Verunreinigungen eine große Rolle. Was im ersten Produktleben im Automobil genutzt wurde, hat im zweiten Leben beispielsweise eine Chance in der Gebäudetechnik. Hierfür müssen wir wissen, welchen tatsächlichen Belastungen die zurückgeführten Produkte ausgesetzt waren.“ An dem Punkt komme der „Digitale Zwilling“ eines Produkts ins Spiel: „Mit seiner Hilfe werden neben den in der Produktentwicklung festgelegten Soll-Parametern auch die tatsächlich erreichten Werte der einzelnen Produktinstanzen erfasst.“ Doch werde sich Kreislaufwirtschaft nur durchsetzen, wenn Unternehmer einen wirtschaftlichen Vorteil darin sähen, Kreisläufe zu schließen. „Für Firmen muss es sich lohnen, Produkte nicht nur zu liefern, sondern auch zurückzunehmen. Erst wenn mit dem Schließen von Kreisläufen Gewinn zu erzielen ist, wird die Kreativität der Wirtschaft in die richtige Richtung gelenkt“, sagt die Expertin. Auch für den Verbraucher müsse es sich auszahlen, wenn er ein Produkt zurückbringe. Kürzlich sei sie in einem Jeansladen gewesen, der Kunden bei Rückgabe einer alten Jeans 20 Prozent Rabatt auf eine neue Hose gewährt habe. Das sei ein guter Ansatz. Hersteller könnten

die Rückgabe von Produkten auch von vorn herein vereinbaren. Dass ein solches Geschäftsmodell funktioniere, beweise das Leasingverfahren im Automobilsektor.

Für den Mittelstand sei es vielfach schwierig, eine Kreislaufwirtschaft in Gang zu bringen. „Denn typischerweise bildet ein mittelständisches Unternehmen nur ein Glied einer Lieferkette“, so Gräßler. „Immer wenn der Mittelständler aber in direktem Kontakt zum End-

kunden steht, kann er die Kreislaufwirtschaft selbst zum Fliegen bringen. Das fängt bei der Verwendung von Rezyklaten anstelle von Rohstoffen an, umfasst aber auch die Wiederaufbereitung ganzer Baugruppen.“ Es brauche weiterhin viel Forschung an den Universitäten und in den Unternehmen, damit sich die Circular Economy durchsetze.

Ohne Unterstützung aus der Wissenschaft hätte man beispielsweise auch bei Globetrotter nicht feststellen kön-

nen, was die Weiternutzung der Einrichtung in der Bonner Filiale für die Umwelt bringt. Die Environmental Protection Encouragement Agency (EPEA) lieferte die Zahlen schwarz auf weiß: „Durch das Re-use-Konzept konnten 102,23 Tausend Kilogramm Kohlendioxid vermieden werden (97,15 Prozent).“ Als Bezugspunkt errechnete EPEA, wie viel CO₂ im regulären Ladenbau bei einem vergleichbaren Projekt erzeugt worden wäre.

AUCH FÜR DEN VERBRAUCHER MUSS SICH DAS ZURÜCKBRINGEN AUSZAHLEN

Holz zu produzieren. Bei der entsprechenden Menge Gras-Pellets komme man mit 12 Kilowatt aus, rechnet er vor und verweist auf eine entsprechende Studie der Forschungsgesellschaft für Energiewirtschaft (fE). Außerdem würde nur eine minimale Menge an Wasser gebraucht, um die Graspfasern aufzubereiten – rein mechanisch. Beim Holz dagegen müssten die Zellulose und das Lignin – der „Klebstoff“, der dem Baum seine Stabilität gibt – mittels hohem Chemikalien-, Energie- und Wassereinsatz in einem Kochvorgang voneinander getrennt werden. 30.000 Liter würden im Schnitt in den meisten Zellstoff-Fabriken bei der Produktion einer Tonne Holz-Zellstoff benötigt. „Wir brauchen gerade mal acht Liter –