

# Durch smarte Businessmodelle zur Kreislaufwirtschaft beitragen

Verständliche, zirkuläre Businessmodelle sind bis dato rar. Dabei können Hersteller und Handel den entscheidenden Beitrag zur Kreislaufwirtschaft leisten. Davon profitieren letztlich auch Kunden – gerade im Modebereich.

*Von Michael Fleck*

In Zeiten von Ressourcenknappheit ist der verantwortungsbewusste Umgang mit Rohstoffen für jeden Einzelnen sowie für Wirtschaft und Industrie wichtiger denn je. Insbesondere die stetige Neuproduktion, die Vernichtung von Retouren und nicht verkaufter Saisonprodukte in der Textilbranche sind dabei fragwürdig. Aber nicht nur die produzierenden Unternehmen selbst, auch der Handel gilt als wichtiger Akteur in Sachen Kreislaufwirtschaft.

Schon jetzt zeichnet sich ab, dass die EU gesetzliche Regelungen für Hersteller und den Einzelhandel beschließen wird, zum Beispiel was die Reparaturfähigkeit von Produkten angeht, mit dem Ziel, ihre Wiederverwertung zu fördern und Ressourcen zu sparen. Zirkuläre Konzepte und Businessmodelle schonen dabei aber nicht nur Mensch und Natur. Sie bieten Unternehmen auch die Möglichkeit, ihr Wachstum an gemeinwohlorientierten Werten auszurichten. Dazu zählen ökologische Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und Wertschöpfung. Diese Punkte wiegen künftig mehr als kurzfristiges Profitdenken und führen nachhaltig zu wirtschaftlichem Erfolg.

## **Mieten, recyceln und mehrfach nutzen**

Wie man sein Businessmodell auf Zukunftstauglichkeit überprüft und anpasst, zeigt das Modelabel Napapijri mit einer eigenen Circular Series. Die Jacken aus dieser Kollektion sind komplett recycelbar und Cradle-to-Cradle-zertifiziert gefertigt. Damit unterstützt das Label einen neuen Standard in der Modeindustrie.

Weitere spannende Businessmodelle gibt es auch in Hinblick auf die Mehrfachnutzung konventionell hergestellter Modeartikel – „Share“ und „Reuse“ lauten hier die Stichworte. Bei Anbietern wie Rent the Runway, der Kleiderlei und Fobe können etwa Kleidung oder Luxushandtaschen im Abomodell geliehen werden.

Businessmodelle nach dem Prinzip „Mieten statt kaufen“ legen den Grundstein für eine zirkuläre Textilwirtschaft, weil die Materialien stets im Besitz des Unternehmens bleiben. Diese werden folglich dazu angeregt, Materialien einzusetzen, die nicht nur eine gute Qualität haben, sondern zum Ende des Produktlebenszyklus auch leicht recycelbar sind. So wird selbst ein kaputtes Kleidungsstück wieder eine wertvolle Ressource – statt ein Abfallprodukt.

## **Der Handel als direkte Brücke zu Kunden**

Eine Umstellung von linearen zu zirkulären Wirtschaftsmodellen geht nicht über Nacht, sondern Schritt für Schritt. Es gilt, nicht nur Kreisläufe in der Produktion und Wiederverwertung neu zu denken, sondern auch in der Distribution. Dem Handel kommt folglich in zirkulären Businessmodellen eine Schlüsselrolle zu. Er steht in direktem Austausch mit den Kunden und ist der Repräsentant des Unternehmens nach außen. Durch seinen engen Kontakt mit den Konsumenten kann der Handel neue Verkaufsmodelle, Services oder Produkte zunächst vertesten und daraus lernen. Außerdem sind Händler – sowohl online als auch stationär – in der Lage, ihre Kunden über neue Erlösmodelle zu informieren, aufzuklären und sie zu nachhaltigem Konsum zu befähigen.

In diesem Zuge könnte die Einführung eines digitalen Produktpasses – sowohl dem Handel, den Unternehmen, aber auch den Verbrauchern – helfen. Mit dem Pass ließe sich die Zirkularität von Produkten tracken und ließen sich die daraus gewonnenen Daten für eine Verbesserung der Produktion von Waren in Hinblick auf Qualität, Recyclingfähigkeit und Langlebigkeit nutzen. Unternehmen und Händler sollten den Produktpass stark nutzerzentriert denken, zum Beispiel durch Incentivierung für den Kauf von Secondhandware oder ein kluges Reward-System für das Mieten statt Kaufen

von Produkten. So ließe sich auch die Kundenbindung zur Marke steigern.

## **Ressourcen kooperativ zirkulieren lassen**

Zirkularität im Handel zu verankern und damit für eine breite Masse an Kunden zugänglich zu machen erfordert ein gesamtgesellschaftliches Umdenken. Um dies zu schaffen, sind produzierende Unternehmen und Handel gleichermaßen gefragt. Indem beide Akteure sich zusammenschließen und Allianzen bilden, können beispielsweise Doppelaufwände in der Infrastruktur, Produktion, im Transport und Recycling zusammengelegt werden und Ressourcen untereinander sinnvoll zirkulieren. So wird beispielsweise des einen Müll zur wertvollen Ressource des anderen.

Kreislaufwirtschaft bietet im produzierenden und handelnden Gewerbe die einmalige Chance, Wirtschaft und Werte zusammenzudenken und so – trotz vermeintlicher Einschränkungen durch Gesetze und Regularien – für neues und vor allem nachhaltiges Wachstum zu sorgen. Denn Unternehmenslenker, die verantwortungsbewusst, fair und gerecht handeln, ohne dabei die Wirtschaftlichkeit aus den Augen zu verlieren, werden mit Kunden belohnt, die ihre Arbeit schätzen, ihnen treu bleiben und Kreislaufwirtschaft zum Mantra eines nachhaltigen, innovativen Lifestyles machen.

*Michael Fleck ist Director Retail & Media Ecosystems bei different, der Berliner Strategieberatung für „Neues Wachstum“.*

---

## **IMPRESSUM**

**Nachhaltig leben**  
Verlagsspezial der  
Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH

**Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt:**  
Fazit Communication GmbH  
Frankenallee 71–81, 60327 Frankfurt am Main

**Geschäftsführung:**  
Hannes Ludwig, Jonas Grashey

**Redaktion:**  
Kim Berg,  
Christina Lynn Dier (verantwortlich)

**Anzeigen:**  
Ingo Müller (verantwortlich) und  
Jürgen Maukner, REPUBLIC Marketing &  
Media Solutions GmbH, Mittelstraße 2–4,  
10117 Berlin, [www.republic.de](http://www.republic.de)

Weitere Angaben siehe Impressum dieser Zeitung.