Wiederverwendung ist keine karitative Leistung

Claudio Vendramin ist im Vorstand der bag arbeit e.V. und des Arbeitskreis Recycling e.V. 2013 gründete er den WIR e.V. (Wiederverwendung - Interessengemeinschaft der sozialwirtschaftlichen Reparatur- und Recyclingzentren). Mit der Beteiligung an dem Projekt „WiRD - Wiederverwendungs- und Reparaturzentren in Deutschland" (2015-17) wurde die Grundlage für eine gemeinsame Qualitätsdachmarke für Wiederverwendungs- und Reparaturzentren in Deutschland geschaffen.

Lieber Herr Vendramin, wie kam es zur Gründung des WIR e.V.?

Vendramin: Wir hatten über die Jahre festgestellt, dass das Thema Wiederverwendung/Re-Use auf Tagungen und Kongressen zur Ressourcenschonung, Abfallvermeidung etc. nicht vorkommt, nicht durch Praktiker vertreten wurde.
Unter anderem, weil es keine organisierten Ansprechpartner gab. Ähnliches gilt für Anhörunggen gesellschaftlicher Gruppen bei Gesetzesvorhaben: Ohne aktiven Zusammenschluss im Sinn eines Interessenverbandes gibt es kaum eine Chance, eingeladen und angehört zu werden.

Das Projekt „WiRD - Wiederverwendungs- und Reparaturzentren in Deutschland" steht nun kurz vor dem Abschluss, wie ist Ihre Bilanz?

Vendramin: Wir sind bereit. Die Grundlagen für die Einführung einer Qualitäts- und Kooperationsdachmarke für die Stärkung des Re-Use und die Stärkung der gemeinwirtschaftlichen Betriebe, die in diesem Bereich arbeiten, sind erarbeitet. Dazu hat es eine bundesweite Workshop-Reihe mit Betrieben gegeben. Erfahrungen aus anderen europäischen Ländern, die schon seit Jahren am Thema sind, sind ebenfalls eingeflossen.

Re-Use ist eine Pflichtaufgaberke für Wiederverwendung in Deutschland so wichtig?

Vendramin: Es hat mit dem neuen Kreislaufwirtschaftsgesetz und dem neuen Abfallvermeidungsprogramm von Bund und Ländern einen Paradigmenwechsel gegeben: Wiederverwendung, Re-Use, ist keine karitative Leistung mehr, sondern eine Pflichtaufgabe. So sind die Kommunen als öffentlich-rechtliche Entsorgungsträger gefordert Bilanzen zur Vorbereitung der Wiederverwendung aufzustellen, da reichen keine Flugblätter mehr, da müssen Tonnen und Kilos nachgewiesen werden. Und wer kann die liefern außer uns? Im gesamten Prozess sind die seit vielen Jahren arbeitenden gemeinnützigen Einrichtungen mit ihrer ausbaufähigen Infrastruktur,

Re-Use ist eine Pflichtaufgabe

ihrer Markt- und Materialkenntnis im Secondhandbereich der geborene Partner. Für diese Kooperation braucht es verlässliche Standards. Last not least fördert ein Qualitätslabel das Vertrauen der Käuferschaft, und der Kundenkreis soll wachsen, was ebenso für den Ausbau der Zusammenarbeit mit Handel und Herstellern gilt.

Welche Aufwendungen und welche wirtschaftlichen Vorteile haben künftige Mitglieder bzw. Lizenznehmer der Dachmarke zu erwarten?

Vendramin: Die Lizenzierung selbst wird sich im finanziellen Rahmen halten, allerdings muss ich meine Filialen auf den gemeinsamen Standard einpendeln, der gefordert wird. Da sind in der Regel schon einige Veränderungen und damit überschaubare Startkosten fällig.
Dauerhaft ist eine Subventionierung der Dachmarke durch Dritte nicht zu erwarten, also muss sie sich aus eigener Kraft finanzieren. Als Kauffrau und Kaufmann ist es eine einfache Rechnung: Wenn ich 1 % meines Umsatzes in die Dachmarke stecke, müssen mindestens 2-5 % an Umsatzzuwächsen erreicht werden. Auch hier richten wir uns an Beispielen des europäischen Auslands aus, solche Umsatzsteigerungen sind üblich und nachvollziehbar. Ein überregionales Marketing schafft Vertrauen und damit mehr Spenden und mehr Umsätze.

Dazu kommt eine Warenbörse, die überregionale Vermittlungen anstrebt, die eine einzelne Initiative nicht schultern kann, gemeinsam sind wir stark.
Mittel- und langfristig muss bei der Erfüllung der gesetzlichen Aufgabe der Vorbereitung der Wiederverwendung eine entsprechende Vergütung durch die Abfallwirtschaft für die von den Dachmarken-Lizenznehmern erbrachte Dienstleistung erfolgen.

Welche lokalen Kooperationsmöglichkeiten bestehen?

Vendramin: Es gibt drei Adressatenkreis: Die Kommunen als öffentliche-rechtliche Entsorgungsträger (örE), die aktiv werden müssen. Außerdem geht es darum, sich als Partner für Handel und Hersteller aufzustellen, die in der Ressourcenschonung durch Re-Use Waren mit leichten Mängeln, Rückläufern, Reklamationen und Retouren ebenso gefragt sind. Und schließlich und endlich ist unser wichtigster Verbündeter der einzelne Spender und Kunde, der etwas Gutes für die Umwelt und für sich tut.

Dauerhaft ist eine Subventionierung der Dachmarke durch Dritte nicht zu erwarten

Welche Entwicklungen erwarten Sie in den nächsten Jahren und was würden Sie sich wünschen?

Vendramin: Für die allernächste Zeit wäre es wünschenswert, wenn Bund, Länder und Abfallwirtschaft die Startphase der Dachmarke finanziell unterstützen würden. Zumal dies ernsthaftes Interesse signalisieren würde. In Nachbarländern wie Österreich und Belgien ist das so gelaufen. Die gemeinwirtschaftlichen Betriebe sollten forsch an die Sache rangehen und keine Angst vor Veränderungen haben. Das Beispiel im belgischen Flamen mit dem Label deKringwinkel zeigt, dass es sich lohnt: Innerhalb einer Dekade konnte der Jahresumsatz der 128 Shops und Kaufhäuser von 20 auf 50 Millionen Euro mehr als verdoppelt werden. Man zählt inzwischen gut 5.000 Beschäftigte statt vormals 250, es werden pro Jahr 5,6 Millionen Kunden empfangen, zur Ressourcenschonung durch Re-Use ist man zentraler Re-Use-Partner der Abfallwirtschaft im Land.
Dafür arbeiten wir mit dem WIR e.V. in Deutschland und organisieren die neue nationale Dachmarke „WIRD“, um unter anderem die EU Vorgabe als „akkreditierte Wiederverwendungs- und Reparaturnetzwerke“ zu erfüllen und mit dem Ressourcenschutz ernst zu machen. Die nächsten Generationen werden unseren Erfolg beurteilen müssen.

Infos unter www.wir-d.de.

Kommentar

Matthias Neitsch

Geschäftsführer des gemeinnützigen Vereines „RepaNet - Re-Use- und Reparaturnetzwerk Österreich“, der nationalen Interessenvertretung sozialwirtschaftlicher Re-Use-Betriebe

Re-Use braucht eine Lobby, in diesem Sinne begrüße ich den Zusammenschluss der deutschen gemeinnützigen Re-Use-Betriebe und deren Ansatz, gemeinsam mit den öffentlich-rechtlichen Entsorgungsträgern („örE“) rechtliche, strukturelle, operative und marketingtechnische Modelle zur Stärkung der längeren Nutzung von re-use-fähigen Gegenständen aus dem Abfallstrom zu entwickeln. Die örE haben die aktuell diskutierte EU-Strategie der „Kreislaufwirtschaft“ bislang fast ausschließlich als Recycling-Thema abgehandelt und völlig übersehen, dass es sich um ein umfassendes Paket zur Förderung der Konjunktur, Arbeitsplatzschaffung und Ressourcenschonung handelt. Deutlich wichtiger als Recycling ist die intelligente und lange Nutzung von Produkten. Re-Use ist hier der kurz- und mittelfristig wichtigste Hebel. Es bedarf einer Weiterentwicklung des Abfallrechts, das bisher eher defensiv (aber durchaus erfolgreich) auf ökologische Schutzinteressen anstatt auf nachhaltige Nutzinteressen fokussiert war. Die örE mit bisherigem Fokus auf niederschwelliger Massenverwertung brauchen deshalb neue Ansätze und Partnerschaften mit erfahrenen gemeinnützigen Re-Use-Betrieben. Letztere produzieren „Klasse statt Masse“ in Form von Nutzungsdauerverlängerung und erfüllen damit auch noch sozialpolitische Aufgabenstellungen. Eine einheitliche Dachmarke für diese Akteure wird Re-Use bei privaten Haushalten entscheidend fördern – sowohl im Sinne vermehrter Bereitstellung statt Entsorgung brauchbarer Güter, als auch vermehrtem Kauf von qualitätsgesicherten Gebrauchtgütern bei den Markenbetrieben. Dies verbessert auch die traditionell schwache Positionierung sozialwirtschaftlicher Betriebe innerhalb ihres regionalen Umfeldes, weil sie so nicht nur als soziale Leistungserbringer sondern auch als wichtiger Partner einer zukunftsorientierten Abfallwirtschaft wahrgenommen werden.