

KOMMENTAR

5 Tipps für einen Green Friday

Berlin, 25. November 2021. Der größte Shopping-Tag des Jahres kündigt sich seit Wochen an, Händler überbieten sich mit Werbeaktionen. Dabei ist der Black Friday längst ein wirklich schwarzer Tag im Wettlauf gegen Klimakrise und Artensterben. Wie dieser Tag zum Green Friday wird, zu einem Tag für nachhaltigen Konsum, zeigen Prof. Dr. Florian Lüdeke-Freund von der ESCP Business School und Dr. Martin Bethke vom WWF Deutschland.

Bringen wir es auf den Punkt: Black Friday ist vor allem zusätzlicher Konsum. Das neue Smartphone, obwohl das alte noch funktioniert. Die fünfte Hose, die nur im Schrank liegt. Für unseren Planeten heißt das: Mehr Konsum gleich mehr Ressourcen, die entnommen, verbraucht und weggeworfen werden. Mehr Konsum gleich mehr Waren, die aufwendig um die ganz Welt geschifft und transportiert werden. Black Friday ist kein Feiertag für unseren Planeten, sondern ein wirklich schwarzer Tag im Wettlauf gegen Klimakrise und Artensterben. Dass es auch anders geht, zeigen die vielen klugen Ideen und innovativen Initiativen zum Green Friday. Doch die wichtigste Frage des Tages bleibt: Brauche ich diese eine Sache jetzt wirklich neu?

Erst so kann aus dem Black Friday ein Green Friday werden – ein Tag für nachhaltigen Konsum. Dabei heißt Nachhaltigkeit nicht, auf alles zu verzichten, sondern unser Konsumverhalten zu überprüfen und Alternativen zu finden, die unsere natürlichen Ressourcen schonen und bessere Arbeitsbedingungen in globalen Lieferketten fördern. In vielen Bereichen leisten neue und an Nachhaltigkeitsprinzipien ausgerichtete Geschäftsmodelle bereits ihren Beitrag zu einer neuen Wirtschaft, die sich am natürlichen Kreislauf und menschlichen Bedürfnissen orientiert. Anhand von fünf Beispielen zeigen wir, wie nachhaltige Geschäftsmodelle funktionieren und wie diese einen Green Friday ermöglichen.

1. Vermieten

Die Textilindustrie verursacht nicht nur Kohlestoffemissionen, sondern ist durch das Färben von Textilien zusätzlich noch der zweitgrößte Wasserverschmutzer weltweit.⁽¹⁾ Viele Teile der produzierten Kleidung tragen wir dabei kaum. Für Outdoor-Ausrüstung gilt das erst recht: Das Zelt etwa wird für die zweiwöchigen Ferien benötigt, den Rest des Jahres verbringt es im Keller. Dabei könnte es durchaus öfter und intensiver genutzt werden, indem es weiterverliehen wird. Wie das gehen könnte, zeigt zum Beispiel Vaude: Der Outdoor-Ausrüster hat eine Mietoption für seine Zelte, Rucksäcke und Radtaschen ins Leben gerufen. Kunden können Produkte für die Zeit mieten, in der sie sie auch nutzen und so Ressourcen schonen.

Mietgeschäftsmodelle scheinen auf den ersten Blick wenig innovativ und alltäglich zu sein. Dennoch wird ihr Potenzial bislang kaum unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten ausgeschöpft. Zahlreiche Geschäftsmodelle, die vom linearen Produzieren und Verkaufen auf zeitliche Nutzung, Rücknahme und

Wiederaufbereitung sowie ein hochwertiges Produkt- und Servicedesign umstellen, wurden kürzlich ausführlich für Deutschlands „Circular Economy Roadmap“ beschrieben (<https://www.circular-economy-initiative.de/publikationen>).

2. (Ver-)Teilen

30 Prozent des Kohlendioxid-Ausstoßes in der EU gehen auf den Transport zurück. Den größten Anteil daran wiederum hat der Straßenverkehr, der für fast 18 Prozent der CO₂-Emissionen verantwortlich ist.(2) Dass der Mobilitätssektor ein großes Potenzial für den Umweltschutz birgt, hat viele Anbieter auf den Plan gerufen. Eine große Zahl an Sharing-Modellen steht zur Auswahl. Neben dem Car-Sharing wird an vielen Orten mit Ride-Sharing-Angeboten experimentiert, die etwa in der städtischen Rush Hour helfen können, Autos effizienter auszulasten. Auch Lastenfahrräder stehen inzwischen zum geteilten Nutzen bereit. Sie tragen ebenfalls erheblich dazu bei, Kohlenstoffemissionen aus dem Verkehr zu senken.

Sharing-Geschäftsmodelle versprechen bessere Ressourceneffizienz durch intensivere Nutzung. Dass dies jedoch auch zu weiterer Ressourcenverschwendung und weiteren Emissionen führen kann, belegen sogenannte Fahrradfriedhöfe (<https://techxplore.com/news/2021-04-graveyard-bikes-china-share-cycle-scheme.html>) sowie Studien zu Elektrorollern (<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/ab2da8>). Unternehmen sind gut beraten, wenn sie echtes Teilen zum Geschäftsmodell machen, zum Beispiel als Peer-to-Peer-Plattformen für Privat- (<https://fatllama.com>) oder Geschäftskunden (<https://www.floow2.com/>).

3. Vermeiden

Viel zu häufig landen Lebensmittel im Abfall – insbesondere solche, die ihr Mindesthaltbarkeitsdatum erreicht oder leicht überschritten haben. Weltweit werden pro Kopf jährlich 121 Kilogramm Lebensmittel verschwendet, davon 74 Kilogramm in den privaten Haushalten.(3) Um der Lebensmittelverschwendung entgegenzuwirken, sind Unternehmen wie zum Beispiel SirPlus angetreten: Das Start-Up kauft Lebensmittel, die kurz vor oder nach dem Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatum stehen und verkauft sie im Online-Supermarkt weiter – als einzelne Produkte oder auch als Box im Abo-Modell. Die Käufer tragen so dazu bei, weniger Lebensmittel zu verschwenden – und sparen im Übrigen gegenüber den Supermarktpreisen auch Geld ein.

SirPlus zeigt, wie verschiedene Geschäftsmodell designs kombiniert werden können: Lebensmittel, die von traditionellen Unternehmen betriebswirtschaftlich als Abfall gesehen werden, werden aufgewertet. Digitalvertrieb und direkte Kanäle machen es den Kund*innen einfach. Über Abos kann der Umsatz stabilisiert werden. Viele derartige Geschäftsmodell designs werden im neuen Buch „Sustainable Business Model Design – 45 Patterns“ beschrieben (<https://www.sustainablebusiness.design/>).

4. Verlängern

Über zehn Kilo Elektroabfall hat Deutschland im Jahr 2018 produziert – pro Kopf. Insgesamt waren das gut 850.000 Tonnen gebrauchte Kühlschränke und Fernseher, Laptops oder Smartphones.⁽⁴⁾ Gebrauchte Elektronik muss jedoch nicht zwangsläufig verschrottet werden: Viele Elektrogeräte sind noch sehr gut zu nutzen. Um gebrauchter Technik zu einem neuen Besitzer zu verhelfen und Elektroschrott zu vermeiden, sind Plattformen wie zum Beispiel Backmarket angetreten, ein Online-Marktplatz für wiederaufbereitete Elektrogeräte.

Andere Unternehmen wie Fairphone (<https://www.fairphone.com/de/>) oder die SHIFT GmbH (<https://www.shiftphones.com/>) setzen mit ihren Geschäftsmodellen nicht erst am Lebenszyklusende an, sondern denken bereits das Produktdesign radikal anders. Modulares Design von Smartphones und anderen Elektrogeräten, das Langlebigkeit und Reparierbarkeit unterstützt, bieten eine echte Alternative zum alljährlichen Neukauf. Entsprechende Geschäftsmodellidesigns basieren unter anderem auf einem höheren Serviceanteil, zum Beispiel durch Reparaturen, sowie Einnahmen durch Ersatzteilverkauf. Aktuelle Studien der Circular Economy Initiative Deutschland zeigen die Potenziale (<https://www.circular-economy-initiative.de/publikationen>).

5. Vernetzen

Ob Kleidung, Möbel oder Spielzeug – bei vielen Anschaffungen könnte sich die Überlegung lohnen, ob es nicht auch ein gebrauchtes Teil sein kann. Das spart zum einen Abfälle und hält zum anderen Produkte, für die bereits Ressourcen verbraucht wurden, länger im Kreislauf. Vor diesem Hintergrund hat beispielsweise die Berliner Stadtreinigung (BSR) die NochMall initiiert: ein Kaufhaus mit gebrauchten Sachen, in dem auch Repaircafés stattfinden und über nachhaltige Produkte informiert wird (<https://www.nochmall.de/>). Dabei beschränkt sich der Second-Hand-Gedanke nicht nur auf Kleidung, das Sortiment umfasst vielmehr auch Möbel und Elektrogeräte, Haushaltswaren oder Bücher. Die Ware für die NochMall nimmt die BSR an ihren Recyclinghöfen oder direkt vor Ort an. Damit greift das Kaufhaus die Strategie auf, durch Wiederverwendung und Recycling ökologische Stoffkreisläufe zu schließen. Zudem profitieren Kund*innen von günstigen Preisen.

In diesem Modell werden zahlreiche Ideen zusammengeführt. Die NochMall wirkt wie eine sogenannte mehrseitige Plattform, die Wiederverwendung, Reparatur, Upcycling und viele andere Kreislaufwirtschaftsprinzipien unterstützt. Durch Workshops und gegenseitiges Helfen wird zudem auch etwas für die Gemeinschaft getan.

Nachhaltige Geschäftsmodelle sind gefragt

Diese fünf Ansätze sind nur einige Beispiele für Innovationen, die einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten können. Sie machen deutlich, wie nachhaltige und vor allem tragfähige Geschäftsmodelle aussehen können. Sie folgen den Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung, reduzieren



ökologische Einwirkungen und machen gleichzeitig sozio-ökonomischen Fortschritt möglich. Ein Überblick über 45 erprobte Designs für nachhaltige Geschäftsmodelle wird im neuen Buch „Sustainable Business Model Design – 45 Patterns“ gegeben.

Quellen:

- (1) <https://www.scientificamerican.com/article/can-secondhand-shopping-dent-fast-fashions-environmental-damage/>
- (2) <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20190313STO31218/co2-emissions-from-cars-facts-and-figures-infographics>
- (3) <https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/un-17-all-food-available-consumer-levels-wasted>
- (4) https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2021/PD21_11_p002.html

WWF Deutschland

Der WWF Deutschland ist Teil der internationalen Umweltschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF). Seit über 50 Jahren arbeitet das WWF-Netzwerk rund um den Globus daran, die Umweltzerstörung zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben.

ESCP Business School

Die ESCP Business School ist eine internationale Wirtschaftshochschule mit Standorten in 6 europäischen Metropolen, in Berlin, London, Madrid, Paris, Turin und Warschau. Gegründet 1819 ist die ESCP die älteste Business School weltweit. Jährlich absolvieren mehr als 8.000 Studierende und 5.000 Manager aus 120 verschiedenen Nationen ihr Studium bzw. die Weiterbildungsangebote der ESCP Business School (Bachelor, Master, MBA, Executive MBA, PhD und Executive Education).

Bis heute belegt die Business School regelmäßig Spitzenplatzierungen in den Rankings der Financial Times. In Deutschland ist die ESCP Business School Berlin staatlich anerkannt und kann Abschlüsse wie auch den Dokortitel verleihen. Akademische Schwerpunkte der ESCP in Berlin sind die Themen Entrepreneurship, Nachhaltigkeit und Digitalisierung.

Website: www.escp.eu

Folgen Sie uns auf Twitter: [@ESCP_BS](https://twitter.com/ESCP_BS)

Pressekontakt



Dr. Claudia Rudisch
Presseverantwortliche ESCP Business School in
Berlin
Heubnerweg 8-10, 14059 Berlin
Tel: +49 30 32007-145
E-Mail: crudisch@escp.eu
www.escp.eu/press-room

Dirk Herzog
Mann beißt Hund – Agentur für Kommunikation GmbH
Stresemannstraße 374, 22761 Hamburg
Tel: +49 40 890696-22
E-Mail: dh@mann-beisst-hund.de