

Recycling über den Ladentisch

Gebrauchte Kleider und ausgelatschte Schuhe gegen Einkaufsgutscheine: Steckt hinter dem neuen Trend eine revolutionäre Idee oder bloss ein Werbegag? **Text: Claudia Imfeld**

Der Kunde im H&M-Geschäft zieht den neuen Pulli gleich über. «Wollen Sie den alten hierlassen?», fragt die Verkäuferin. «Wir recyceln ihn, und Sie bekommen erst noch einen Fünf-Franken-Gutschein für Ihren nächsten Einkauf ab 30 Franken.» Seit Februar belohnen alle Filialen von H&M Schweiz ihre Kunden, wenn sie alte Kleider abgeben. Das neue Ökoprojekt ist laut H&M «ein Erfolg». Zahlen will das schwedische Modehaus allerdings keine nennen.

Das gleiche Gutscheinkonzept bietet Vögele Shoes seit drei Jahren an, die Modekette Blackout sammelt ebenso wie Mammut und seit kurzem der Outdooranbieter Transa und Bächli Bergsport. Weitere Firmen sollen folgen. Die Läden nehmen alte Kleider, Schuhe, Taschen oder Kletterseile zurück – egal, wo man sie gekauft hat.

Eine von 100 000 Textilien recycelt

Die Waren landen alle bei I:Collect. Das Unternehmen mit Sitz in Baar ist 2009 in den lukrativen Markt mit Alttextilien eingestiegen und sammelt in Europa, Asien und den USA alte Kleider ein. I:Collects Altkleiderberge – in der Schweiz derzeit etwa 120 Tonnen pro Monat – sollen kräftig wachsen. Bis 2013 will man weltweit rund 20 000 Sammelstellen bewirtschaften. Und das sei nur ein erster kleiner Schritt, sagt Geschäftsführer Stephan Wiegand. Um die ehrgeizigen Ziele zu erreichen, richtet die Firma mit der grossen Marketingkette an. Partner wie San Francisco als erste «I:CO-City» oder auch Walt Disney werden laut Wiegand künftig die Bevölkerung animieren, ihre ausgediente Ware an den Sammelstellen abzugeben.

Wiegand will den Altkleidermarkt revolutionieren: «Wir müssen völlig umdenken», sagt der Geschäftsmann. «Unsere natürlichen Ressourcen sind beschränkt. Darum müssen wir einmal produzierte Ware immer weiter verwenden und die eingesetzten Rohstoffe in einem Kreislauf halten.» In Fachkreisen heisst dieser Ansatz Cradle to Cradle (von der Wiege zur Wiege). Heute werden beispielsweise einige Teppiche aus Polyamid so hergestellt.

Wiegands Vision geht weit über Teppiche hinaus: Aus dem Gesammelten, auch

dem alten H&M-Pulli, werden neue Produkte. Und zwar zu möglichst 100 Prozent aus Recyclingmaterial – und von mindestens so hoher Qualität wie das Ausgangsprodukt. Dafür will I:Collect auch Sortier- und Analyseanlagen aufbauen und sucht – ebenfalls global – nach Abnehmern, die aus Gebrauchtem Neues herstellen. Dass dies teilweise lange Transportwege zur Folge hat, nimmt Wiegand in Kauf. «Das wird sich ändern, sobald sich das Geschäft lohnt und es mehr Recyclinganbieter gibt.» Dieser Zeitpunkt komme bald, sagt er, und



Ökobox in der Boutique: Das alte T-Shirt lässt man beim Kauf eines neuen gleich im Laden.

laufe der Kreislauf erst, würden keine neuen Ressourcen mehr vernichtet, und es entstehe kein neuer Abfall. «Dann kann man auch bedenkenlos alle zwei Monate ein neues – recyceltes – Produkt kaufen.»

Doch das Ganze hat einen Haken: Die Branche der T-Shirts, Hosen, Mäntel und Schuhe steckt in diesem Bereich mehrheitlich in den Kinderschuhen. «Die Idee des ewigen Kreislaufs hört sich gut an – aber die Umsetzbarkeit ist im Moment im Textilbereich sehr fraglich», sagt Simon Zeller von der Stiftung Praktischer Umweltschutz Schweiz (Pusch). Die in Kleidern oder Schuhen verarbeiteten Rohstoffe vollständig wiederzuerwerten ist heute praktisch unmöglich. Dazu müssten die Materialien in reiner Form vorhanden sein. Meist sind Textilien aber aus unterschiedlichen Bestandteilen gefertigt, die sich mit heutiger Technologie nicht – oder nur mit grossem finanziellem Aufwand – voneinander tren-

nen lassen: In Schuhen stecken bis zu 70 verschiedene Materialien, im Pulli mischt sich Baumwolle mit Elasthan oder Polyester, Jacken sind häufig gefüttert, das Innenmaterial ein anderes als der Aussenstoff, bei Sportbekleidung werden teils Schichten fest verklebt.

Entsprechend fehlt I:Collect bis heute ein eigentliches Vorzeigeprodukt. Wiegand gibt offen zu, dass im Moment nur 0,001 Prozent des Gesammelten für hochwertige Recyclingprodukte eingesetzt wird. Das ist eines von 100 000 abgegebenen Kleidungsstücken. Es muss aus reinem Polyester sein – ein Material, das bereits heute rezykliert werden kann.

Was aber passiert mit dem alten H&M-Pulli? Lastwagen karren ihn ins deutsche Wolfen, zum grössten Sortierwerk Europas. Es gehört – wie I:Collect – der Soex-Gruppe, dem nach eigenen Angaben «weltweiten Marktführer» für Kleiderrecycling. In Wolfen landet die Ware laut Wiegand gesondert auf Fliessbändern, wo Angestellte und ein Scanner sie analysieren.

Der Putzlumpen war einst ein Pullover

Rund 60 Prozent davon verkauft I:Collect als Secondhandware ins Ausland. 35 Prozent gehen ins normale Recycling. Konkret heisst das: Maschinen schneiden oder reissen die Textilien in Fetzen. Abnehmer stellen daraus Dämm- und Isolationsmaterialien oder Putzlappen her. Einzelne Teile fliessen in die Produktion neuer Kleidung. Etwa Jeansfetzen, die in neue Hosen eingearbeitet werden. Knapp fünf Prozent der in den Läden abgegebenen Textilien sind von so schlechter Qualität, dass sie in der Verbrennungsanlage enden.

Der Weiterverkauf als Secondhandkleider lohnt sich. Gut erhaltene, qualitativ hochstehende Markenware bringt auf dem internationalen Markt bis zu elf Franken pro Kilo ein. Seinen Partnergeschäften bezahlt I:Collect zwischen 30 Rappen und einem Franken pro Kilo Ware, egal, welcher Qualität. Sucht das Unternehmen also nur einen neuen Kanal, um an die begehrte Secondhandware zu kommen, wie in der Branche hier und dort böse bemerkt wird? Wiegand verneint. «Wir arbeiten mit unseren Sammelpartnern auf geschlossene



Ein Schrank voller Rohstoffe.
Wenn die Trennung gelingt.

Kreisläufe hin.» Aber die Entwicklung hochwertiger rezyklierter Produkte dauere mehrere Jahre. Bis dahin sei der Secondhandverkauf eine gute Möglichkeit, um die Kleider und Schuhe im Kreislauf zu behalten. Das so verdiente Geld finanziere neue Sortier- und Analysefabriken und die Suche nach innovativen Produzenten und Methoden.

Kleider sollten länger tragbar sein

Kritiker des Cradle-to-Cradle-Ansatzes bezweifeln, dass je ein Recyclingprozess langfristig 100 Prozent der eingesetzten Stoffe zurückgewonnen wird. Abfall werde es immer geben. Sie fordern deshalb, dass Hersteller ihre Ware mit möglichst wenig Ressourcen produzieren und dafür sorgen, dass sie lange hält. Entsprechend kritisiert Simon Zeller von Pusch, dass die Geschäfte Gutscheine abgeben für die ausgedienten Kleider und Schuhe: «Das animiert die Kundschaft zum Mehrkauf, was nicht nachhaltig ist.» Einige Firmen sind sich dieser Problematik durchaus bewusst. Sie versuchen die Kritik aufzufangen. Der Outdooranbieter Transa etwa gibt seinen Kunden Tipps, wie sie die Lebensdauer der Kleidungsstücke durch Pflege erhöhen, und bietet – wie andere Outdoorfirmen auch – einen eigenen Reparaturservice an. Was die Kundschaft trotzdem nicht mehr will, lässt Transa in der Schweiz zu Etuis und anderen Accessoires verarbeiten – und verkauft sie. Nur jene Stücke, die sich dafür nicht eignen, gehen an I:Collect.

Ob Kleider und Schuhe künftig wirklich in einem Kreislauf der Wiederverwertung zirkulieren werden, steht in den Sternen. Sicher hingegen ist, dass die Idee der Kleiderrücknahme in Läden aus Marketing-sicht ein erfolgversprechendes Modell ist – für alle Beteiligten. Laut Christian Belz, Professor für Marketing an der Universität St. Gallen, profitiert die Sammelorganisation von einem neuen Kanal, über den sie mit Unterstützung von Partnern Ware erhält. Die Geschäfte ihrerseits machen mit dem Recyclingprojekt etwas für ihr Image und schaffen gleichzeitig Platz in den Schränken der Kunden. «Der Konsument kann mit «gutem Gewissen» seine noch gut erhaltenen Dinge durch neue ersetzen.» Schön wäre es, so Belz, «wenn solche Projekte sich nicht als Pseudoaktionen entpuppen, sondern im Hintergrund wirklich etwas passiert».