



Kopfnuss

journal.lu - 20.06.2017



3 Fotos

Auf dem Papier sieht das Konzept einfach aus, aber wie lässt es sich in der Praxis umsetzen? Verantwortliche von Codipro überlegen Fotos: Paul Schosseler

WILTZ
CORDELIA CHATON

„Circular Economy“ ganz praktisch: Ein Unternehmen hat überlegt, wie das geht

Der Manager überlegt, streicht mit dem Handrücken über die Oberlippe. „Wir könnten auf die Möbel neue Beschichtungen aus Mais oder Pilzen machen“, schlägt er vor. Der Seminarleiter Pol Schosseler sieht ihn an. „Denken Sie auch über eine andere Verpackung nach“, kommentiert er knapp. Besorgtes Nicken an zwei Tischen.

An diesem Vormittag sitzen rund 15 Mitarbeiter der Wiltzer Firma Codipro um zwei Tische. Heute findet ein Weiterbildungsseminar der besonderen Art statt. Es geht um Circular Economy und ihre praktische Umsetzung.

Seit die Regierung in Luxemburg mit Jeremy Rifkin zusammenarbeitet, taucht dieser Begriff immer wieder auf. Die meisten haben verstanden, dass es mehr ist als Kreislaufwirtschaft und dass es darum geht, Güter von Anfang an so zu designen, dass sie sich weiter demontieren und recyceln lassen. Biologisches soll kompostiert, Technisches wiederverwertet werden. Im Zeichen des Klimawandels ist das eindeutig. Weniger Abfall, mehr Jobs, ein neues Geschäftsmodell - das klingt gut und modern. Aber wie setzt ein Unternehmen, das Sicherheitsringe produziert und in alle Welt verkauft, so etwas praktisch um?

Denkübungen

Dazu haben sich die zwei Seminarleiter eine Denkübung einfallen lassen. Die beiden Arbeitsgruppen müssen sich beispielsweise vorstellen, dass ein Konkurrent Kindermöbel aus Karton fertigt, sie selbst aber konventionelle Möbel.

Die Teilnehmer kämpfen: Mit der Aufgabe, mit ihren konventionellen Vorstellungen. „Wir könnten Möbel reparieren lassen“, sagt jemand. - „Eine gute Idee. Umsatz bringt sie nicht, oder?“ Ein anderer schlägt vor, dem Kunden die Wahl unter verschiedenen Holzarten zu lassen und ihn an der Produktion zu beteiligen. Oder wäre eine Partnerschaft mit den Lieferanten etwas? „Ich dachte an: Ein Möbelstück gekauft, ein Baum gepflanzt“, sagt ein anderer.

In den von einem französischen Unternehmen entwickelten Szenarien geht es um Probleme, die jedes Unternehmen kennt. Gerade das macht es so schwer - und so wirklichkeitsgetreu. „Sie sehen, in welche Richtung das geht“, meint Jeannot Schroeder am Schluss, der das Seminar im Auftrag von impaKT+ gemeinsam mit Paul Schosseler leitet und selbst aus der Industrie kommt.

Michèle Detaille, Chefin der Unternehmensgruppe ALIPA, zu der auch Codipro gehört, nickt. Sie weiß, dass nicht alle Probleme sich sofort lösen lassen, aber ihr war die Investition in das Seminar, die finanziell vom Wirtschaftsministerium unterstützt wurde, wichtig. Und sie trägt Früchte. Ideen kommen auf.

Neue Ideen

„Wir haben keinen Kontakt zu Endkunden“, meint ein Mitarbeiter. „Wir stoppen beim Verkauf, da fangen für die Kunden die Probleme erst an.“ Die Diskussion wird lebhaft. Es geht um Versicherungen, Rücknahme, Prüfstände, mögliche Partnerschaften. „Wer Regeln ändern will, muss Mehrwert schaffen oder die Kosten senken“, gibt Schroeder zu bedenken. Er verweist auf Tarkett und den Erfolg des Fußbodenherstellers, der ebenfalls im Gewerbegebiet von Wiltz präsent ist.

Die Mitarbeiter wollen mit dem Cluster für EcoInnovation von Luxinnovation weiterarbeiten. „Wir könnten bei einem Besuch von Kunden in München möglichst auch andere sehen. Es gibt noch viel Potenzial“, meint ein Mitarbeiter. Ein anderer hat viele Eindrücke, weiß aber nicht, was daraus werden soll. Detaille ist zufrieden. „Es ist immer interessant, was Mitarbeiter zu sagen haben. Ich kann das nur ermutigen“, sagt die Unternehmerin. Sie weiß, dass ihr Unternehmen mit seinem Sortiment von 30 Ringen klein ist. „Gerade deshalb müssen wir etwas tun.“ ●