



Verantwortung zeigen: Christoph Berger stellt sich einem Thema, das für den Textilhandel ebenso relevant wie diffizil ist: Produktverantwortung.

Foto: Grundmann/IHK

## Reparatur statt Retoure

Im Modehaus Ebbers gehört soziales Engagement seit jeher zur Firmenkultur. Jetzt hat Christoph Berger damit begonnen, den Anspruch an die Produkte, mit denen er handelt, neu zu definieren.

„Wir haben uns schon immer sozial engagiert – auch deshalb, weil wir uns dem christlichen Menschenbild verpflichtet sehen“, sagt Christoph Berger. Der Inhaber des Warendorfer Modehauses Ebbers führt das Unternehmen in vierter Generation. Vor einigen Jahren hat er eine Stiftung ins Leben gerufen, die lokale Projekte etwa in der Jugendarbeit fördert.

Das Thema Verantwortung beginnt für Berger aber be-

reits im eigenen Haus – etwa mit der Pflege der Mitarbeiterkultur. So feilt er beispielsweise stetig am Gesundheits- und Weiterbildungsmanagement des als fa-

### Klimaschutz unternehmen

Das CSR-Kompetenzzentrum Münsterland lädt am 29. Oktober von 10 bis 15 Uhr zur Tagung „Der Ehrbare Kaufmann wird grün“ ein. Im Factory Hotel in Münster stellen Unternehmen aus dem Mittelstand ihre Klimaschutz-Projekte vor.

Informationen: [www.csr-muensterland.de](http://www.csr-muensterland.de)

milienfreundlich zertifizierten Modehauses.

Freundlich ist das Unternehmen auch zum Klima: Bei der energetischen Sanierung des Stammhauses in der Münsterstraße sowie benachbarter, ebenfalls denkmalgeschützter Objekte hat Berger leuchtende Beispiele für Nachhaltigkeit in Handelsgebäuden geschaffen. Die Resultate: ein großes Echo in Fach- und Medienkreisen, der Energie-Innovationspreis NRW, eine jährliche Ersparnis von 216 000 Kilowattstunden Energie für den eigenen Betrieb und somit die Entlastung der Umwelt in Höhe von 110 Tonnen CO<sub>2</sub>.

### Spielräume ausgelotet

Da stellt sich die Frage: Warum nimmt ein Unternehmen, das Gesellschaftsverantwortung bereits seit Langem und vielfach wahrnimmt, an den Workshops des CSR-Kompetenzzentrums Münsterland teil? „Weil wir hier in fachlicher Begleitung unser CSR-Konzept beleuchten können und sehen, wo noch Luft nach oben ist“, antwortet Berger.

Das CSR-Handlungsfeld, das der Unternehmer jetzt anvisiert, ist für den Textileinzelhandel kein einfaches Terrain: Es geht um Produktverantwortung und Markt. „Zuerst haben wir gesagt, dass unser Einfluss in diesem Bereich zu begrenzt ist, und dass wir als Händler nur in der Beschaffung die Budgets verteilen können“, berichtet Berger. Doch hat er aus den Workshops die Idee mitgenommen, die Handlungsspielräume in einer Abschlussarbeit wissenschaftlich ausloten zu lassen.

Drei Monate war eine Studierende der Universität Reutlingen im Modehaus zu Gast, um Ansatzpunkte zu identifizieren. Sie hat auch das Konzept für die Kundenbefragungen entwickelt, aus denen Berger weitere Erkenntnisse gewonnen hat.

Auf dieser Grundlage hat er ein Maßnahmenbündel zum CSR-Bereich „Produkt und Markt“ definiert. Es zielt überwiegend auf den ökologischen Aspekt der Nachhaltigkeit, weil dieser laut Umfrageergebnisse für die Kunden relevanter ist als der soziale.

Berger will an drei Stellen etwas bewegen: in den eigenen Geschäften, in der Industrie, im Haushalt der Kunden. Vor allem im Blickpunkt: die Verpackungen. „Das fängt bei Tüten an und hört bei Entsorgung auf“, sagt Berger. Eine Tasche aus Papier beispielsweise ist für ihn auf Dauer kein ökologisch tragfähiges Modell. Künftig will er in seinen Geschäften eine Alternative bieten: Eine Banderole aus Seidenpapier soll Produkte schützen und die Umwelt noch mehr schonen.

Die Diskussion mit der Textilindustrie hat er mit einer Frage eröffnet, die mitten aus der Praxis kommt: Warum eigentlich werden fehlerhafte Produkte grundsätzlich an den Hersteller zurückgesendet? „Wenn wir sie bei uns im Haus reparieren und preisreduziert in den Verkauf bringen, wäre das nachhaltiger“, erklärt Berger. Weitere Fragen: Muss wirklich jedes Produkt in Folie geschweißt werden? Und wie lässt sich der Anteil an recycelten Fasern in den Produkten erhöhen? „Je mehr Händler die standardisierten Prozesse hinterfragen, umso eher wird die Industrie umdenken“, sagt Berger, der von einigen Lieferanten bereits entsprechende Signale erhalten hat.

Mit dem Anspruch, die ökologische Nachhaltigkeit der Produkte auch am En-



de der Wertschöpfungskette, bei den Kunden zu Hause, zu verbessern, begibt sich Berger in ein Dilemma: „Längere Nutzungsdauer bedeutet, dass wir weniger Kleidung verkaufen, dieser Interessenkonflikt ist nicht aufzulösen.“ Und doch findet er Ansätze, auch in diesem Bereich aktiv zu werden: Da die Energie, die im Lebenszyklus eines Kleidungsstücks verbraucht wird, etwa zu einem Drittel auf das Waschen und Bügeln entfällt, gibt das Modehaus Ebberts seinen Kunden Spar- und Pflegetipps.

#### Zurückgeben statt wegwerfen

„Außerdem denken wir darüber nach, dass Kunden Kleidungsstücke nach einer gewissen Gebrauchszeit zurückgeben

können und wir die Textilien einer Zweitverwertung zuführen“, berichtet Berger, der die CSR-Themen „von der Unternehmerpersönlichkeit lösen“ und dauerhaft im Tagesgeschäft verankern will. „Das Thema muss in die normalen Entscheidungsprozesse hinein. Unser Einkaufskreis zum Beispiel trifft sich sowieso, jetzt kommt halt noch ein Punkt dazu“, sagt Berger.

So trennscharf allerdings wie in der Lebensmittelbranche werden sich im Bekleidungsbereich die nachhaltigen von den „normalen“ Produkten zumindest in den kommenden Jahren nicht unterscheiden lassen, ist er überzeugt. „Dann aber wird sich etwas drehen, denn Nachhaltigkeit ist ein Trendthema“, sagt Berger.

DOMINIK DOPHEIDE

#### Serie:

#### Mittelstand übernimmt Verantwortung

Corporate Social Responsibility (CSR) ist kein Vorrecht großer Konzerne. Wie kleine und mittlere Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, zeigt der Wirtschaftsspiegel in einer Artikelserie beispielhaft auf. In der Juli-Ausgabe wurde der CSR-Prozess im Druckhaus Cramer, Dülmen, beschrieben, in der August-Ausgabe der im Ingenieurbüro Bertels, Münster. In dieser Ausgabe: **Modehaus Ebberts in Warendorf**

## IHR TERMINPLAN IST ENG. UNSERE ZUVERLÄSSIGKEIT HOCH.

Vom ersten Entwurf bis zur Übergabe des Gebäudes finden unsere Ingenieure die passende Lösung für Ihr Unternehmen. Unsere präzise und bis ins Detail durchdachte Planung ist der Grund dafür, dass wir Termine und Kosten im Auge behalten und manchmal die Baumaßnahmen sogar bereits vor dem vereinbarten Termin abgeschlossen haben.

[www.heckmann-bau.de](http://www.heckmann-bau.de)

Gallbergweg 36 | 59929 Brilon | Tel. 0 29 61.97 86-0  
**Industrie- und Gewerbebau für alle Branchen**

 **Heckmann**  
Für professionelles Bauen