

econo

Die starken Seiten der Wirtschaft

econo-rhein-neckar.de

Fuchs Petrolub
Vom Familienunternehmen
zur globalen Branchengröße

FRIEDRICHSFELD

Neue Entwicklungs-
möglichkeiten

Finanzierung
Investitionen ohne
Kredite



Accessoires mit Vorgeschichte: Ausgedienten PVC-Werbeplakaten, Planen und Fahnen von Geschäftskunden haucht „Comebags“ neues Leben ein. Bei der Lebenshilfe Bruchsal fertigen Menschen mit Behinderung daraus etwa Taschen, Handy-Hüllen oder Kissenbezüge. Bild: Comebags

UPCYCLING |

In der Aufwärtsspirale

Die Mannheimer Unternehmer Christian Tschürtz und Martin Michalek folgen mit ihren Geschäftsmodellen einem aktuellen Trend. Aus „alt, aber noch gut“ wird dabei „neu, und noch besser“.

Christian Tschürtz verkauft Taschen. Und Martin Michalek verkauft Möbel. Auf den ersten Blick ist das nichts Besonderes, auf den zweiten Blick schon. Denn sowohl die Taschen von Tschürtz als auch die Möbel von Michalek hätten einiges zu erzählen – wenn sie denn erzählen könnten.

„Ich war mal ein Werbebanner“, würde dann die rote Umhängetasche berichten, auf deren Deckel der Ausschnitt eines Sportwagens zu erkennen ist. Und wer genauer hinschaut, wird sicher auch irgendwo den Schriftzug entdecken, demzufolge nichts unmöglich ist. Seit Juni 2013 können Unternehmen an Christian Tschürtz ihre ausgedienten PVC-Werbeplakate, Planen oder Fahnen schicken. Bei der Lebenshilfe Bruchsal stellen Menschen mit Behinderung daraus dann je nach Auftrag Taschen, Handy-Hüllen, Grillschürzen oder Kissenbezüge her. „Comebags“ lautet der sinnige Name dieser Unternehmung. „Der Grundgedanke war, aus tollen ausgedienten Bannern tolle neue Taschen herzustellen“, sagt Tschürtz, der hauptberuflich als freier Werbegrafiker arbeitet.

Taschen aus alten Planen nähen? Der Einfall ist nicht ganz neu. Doch die Nische, das Ganze als Dienstleistung ausschließ-

lich für den B2B-Bereich anzubieten, teilt sich der Mannheimer nur mit wenigen Mitbewerbern. Tschürtz' Kunden kommen aus ganz Deutschland. Vor allem größere Firmen und staatliche Einrichtungen, die über Werbebudgets verfügen, ordern bei Comebags. Die Taschen verwenden sie als Incentives oder als Kundengeschenke. Weiterverkauft würden die Produkte hingegen nur von wenigen Auftraggebern, so der Gründer.

Schränke aus Fischerbooten

Die Kunden von Martin Michalek sind vorwiegend Privatleute, die – vermutlich – ihrer Wohnung einen Hauch von Exotik verleihen wollen. Denn exotisch ist in dem direkt am Kaiserring gelegenen Geschäft mit dem Namen „Smartindo“ so ziemlich alles. Martin Michalek verkauft hier, ebenso wie in seinem zweiten Laden in Heilbronn, Einrichtungsgegenstände, die er aus Indien und Indonesien importiert.

Außergewöhnlich macht diese Möbel und Accessoires aber in erster Linie die Tatsache, dass auch ihre Funktion in vielen Fällen ursprünglich eine ganz andere war. Laternen aus alten Keksdosen



Persönlicher Kontakt: Regelmäßig reist Martin Michalek nach Südostasien, um Ausschau nach Material für seine Möbel zu halten. Bei der Verarbeitung zerstörter Boote oder verfallener Holzhäuser arbeitet der studierte Betriebswirt mit Handwerksbetrieben vor Ort zusammen. Bilder (2): SmArtIndo

► stehen hier, Bilderrahmen aus Türrahmen. Besonders angetan haben es dem Inhaber die Schränke, die aus alten Fischerbooten gezimmert werden. „Auf einer Weltreise vor gut fünf Jahren habe ich in Indonesien kleine Schreinereien entdeckt, die aus ausgesähten Einbäumen Regale gebaut haben“, erzählt Michalek. Diese Idee ließ ihn nicht mehr los. Statt für die angebotene Stelle in einem Medizintechnik-Unternehmen entschied er sich für den Handel mit dem asiatischen Mobiliar.

Über Bootsfriedhöfe laufen und die schönsten Stücke für die Möbelproduktion aussuchen – für den 29-Jährigen gehört das

zu den ganz besonderen Momenten während seiner Asien-Aufenthalte. Gefertigt werden die Smartindo-Produkte in kleinen Handwerksbetrieben vor Ort. Der studierte Betriebswirt kennt seine Partner persönlich und legt Wert auf gute Arbeitsbedingungen. Kinderarbeit und Ausbeuterei sind tabu.

Upcycling heißt das Prinzip, auf dem sowohl das Geschäftsmodell der Comebags als auch das von Smartindo beruht. Zugeschrieben wird die „Erfindung“ dieses Begriffs dem Ingenieur Reiner Pilz. 1994 sagte er einer britischen Zeitschrift: „Recycling? Ich nenne es Down-cycling. Sie schlagen Steine kaputt, sie schlagen alles kaputt. Was wir brauchen, ist Up-cycling, bei dem alte Produkte einen höheren Wert erhalten, keinen geringeren.“ Diese Idee findet immer mehr Anhänger. Das belegt die wachsende Zahl von einschlägigen Foren, Blogs und Shops im Internet. Eine Entwicklung, die zu tun hat mit dem

Überdruß an der Wegwerfmentalität. Aber nicht nur damit. Der Aspekt der Müllvermeidung stehe für die meisten Kunden beim Kauf nicht im Vordergrund, erklären Tschürtz und Michalek übereinstimmend. Die ressourcenschonende Herstellung seiner Möbel sei weniger Leuten wichtig, als er gedacht habe, sagt Michalek.

Es sind andere Faktoren, die upcycelte Produkte attraktiv machen – nicht zuletzt ihr Vor-Leben. Denn welcher Möbelhauskunde kann schon sagen: „Mein Regal ist einst im Indischen Ozean geschwommen.“ Hinzu kommt: Upcycelte Gegenstände sind einzigartig. Wenn aus einem Banner vom Katholikentag acht Taschen genäht werden, dann ist nur auf einer einzigen der Stadtplanausschnitt mit dem Wasserturm zu sehen. Auch der große Esstisch, der mitten im Laden von Martin Michalek steht, ist so kein zweites Mal zu haben. Denn die Bohlen, aus denen der Tisch gezimmert ist, kommen nicht direkt aus dem Sägewerk. Sie stammen von Häusern oder alten Fabrikgebäuden, die abgerissen wurden.



Der ursprüngliche Farbanstrich ist an vielen Stellen noch zu erkennen und gibt dem Möbel seinen individuellen Charakter. Entscheidend jedoch, auch hier decken sich die Aussagen der beiden Unternehmer, sei der soziale Aspekt, die faire Produktion.

„Bei uns gibt es keine Akkordarbeit und keine Massenfertigung“, betont Tschürtz. Seine Partner hat auch er sich ganz genau angeschaut und sich bewusst für die Zusammenarbeit mit der Lebenshilfe entschieden. Seine Abnehmer wissen und schätzen das. „Für die Kunden ist es sehr wichtig, dass die Taschen in einem sozialen Projekt in Deutschland genäht werden“, ist Tschürtz überzeugt. Etwa 200 der Comebags entstehen derzeit pro Monat. Die Nachfrage liegt laut Tschürtz deutlich darüber. Am eingeschlagenen Weg will er trotzdem nichts ändern. Die Entscheidung, ob und wann die Kapazität hochgefahren wird, überlässt er den Partnern in Bruchsal. Für ihn bleiben die Comebags damit erstmal ein „schönes Hobby“. Die Rentabilität stehe dabei nicht im Vordergrund. Ein Grund zum Hadern ist das für Tschürtz aber nicht: „Lieber klein bleiben – und authentisch.“

Nicole Pollakowsky

Up oder Down – Formen der Wiederverwertung

Grundsätzlich sind sowohl Up- als auch Downcycling eine Form des Recycling – zu Deutsch: der **Rückführung**. Alte oder unbrauchbar gewordene Materialien oder Gegenstände werden zu neuen Dingen verarbeitet. **Oft** ist dafür aber – wie im Fall des Papier-Recyclings – ein **sehr hoher Energieaufwand** nötig. In vielen Fällen ist das neu entstehende **Produkt** zu dem **von niedrigerer Qualität** – es wurde „downcycelt“.

Beim **Upcycling** ist es **umgekehrt**. Das neue Produkt hat bessere Eigenschaften als das ursprüngliche und ist im besten Fall ohne großen Energieaufwand, aber mit Einfallsreichtum entstanden.

Typische Upcycling-Produkte sind vor allem in den Bereichen **Möbel, Kleidung, Schmuck** und **Accessoires** zu finden.

Anzeige

„Der Cup gehört uns!“

Der Solheim Cup ist 2015 das größte Sportereignis in der Metropolregion Rhein-Neckar. Schon ein Jahr vorher bietet der Golf Club St. Leon-Rot Gelegenheit zum Kennenlernen.



Solheim Cup – haben Sie noch nicht davon gehört? Macht nichts, Sie sind damit nicht allein. Dennoch ist es höchste Zeit, sich mit dem Namen vertraut zu machen, denn die Rede ist von einem Mega-Sportereignis, das 2015 zum ersten Mal auf deutschem Boden stattfinden wird – in der Metropolregion Rhein-Neckar. Vielleicht kennen Sie ja den Ryder Cup, bei dem alle zwei Jahre Europa gegen die USA spielt. Der Solheim Cup ist das weibliche Pendant dazu: das prestigeträchtigste Turnier im Damengolf.

Schon jetzt gibt eine große Countdown-Feier einen Vorgeschmack auf das Großereignis: Unter dem Motto „Der Cup gehört uns“ erwartet die Besucher vom 13. bis 16. September 2014 ein vielfältiges Programm. Los geht es auf dem Heidelberger Karlsplatz. Dort können Sportinteressierte selbst ausprobieren, was man mit einem Golfball machen kann.

Und wer sehen möchte, wie sich die Profis dabei anstellen, kann am 16. September zum „Charity Show Match“ in den Golf Club St. Leon-Rot kommen. Der US-Open-Sieger und Deutsch-



Der „Golden Charity Shot“ von der Alten Brücke in Heidelberg läutet den Countdown für den Solheim Cup ein. Bild: zg

lands Nummer eins, Martin Kaymer, wird dort gegen Top-Spielerinnen wie Sandra Gal, Caroline Masson, Paula Creamer, Juli Inkster und Carin Koch antreten.

Weil dem Golf Club St. Leon-Rot der Charity-Gedanke sehr am Herzen liegt, ist das Show-Match ebenso wie die Charity-Gala, zu der zahl-

reiche Prominente auf das Heidelberger Schloss geladen sind, Teil eines 24-stündigen Spendenmarathons, der am 15. September mit einem „Golden Charity Shot“ von der Alten Brücke in Heidelberg eingeläutet wird.

Mehr Infos zum Mega-Sportereignis des Jahres 2015 gibt es unter www.solheimcup.de.