



UNIVERSITÄT FÜR BODENKULTUR WIEN  
University of Natural Resources  
and Life Sciences, Vienna

# Masterarbeit

## Organisatorische Aspekte beim Re-Use von Gebrauchtkleidung und Alttextilien

verfasst von

Katharina HOFER, BSc

im Rahmen des Masterstudiums

Umwelt- und Bioressourcenmanagement

zur Erlangung des akademischen Grades

Diplom-Ingenieurin

Wien, Oktober 2022

Betreut von:

Ao.Univ.Prof. Dipl.-Ing. Dr.nat.techn. Stefan Petrus Salhofer  
Institut für Abfall- und Kreislaufwirtschaft  
Department für Wasser-Atmosphäre-Umwelt



# ORGANISATORISCHE ASPEKTE BEIM RE-USE VON GEBRAUCHT- KLEIDUNG UND ALTTEXTILIEN

VON  
KATHARINA HOFER, BSC

Universität für Bodenkultur  
Wien

Oktober 2022

# Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere an Eides statt, dass ich diese Masterarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe. Alle Gedanken, die im Wortlaut oder in grundlegenden Inhalten aus unveröffentlichten Texten oder aus veröffentlichter Literatur übernommen wurden, sind ordnungsgemäß gekennzeichnet, zitiert und mit genauer Quellenangabe versehen.

Die vorliegende Arbeit wurde bisher weder ganz noch teilweise in gleicher oder ähnlicher Form an einer Bildungseinrichtung als Voraussetzung für den Erwerb eines akademischen Grades eingereicht. Sie entspricht vollumfänglich den Leitlinien der Wissenschaftlichen Integrität und den Richtlinien der Guten Wissenschaftlichen Praxis.

Wien, 14.10.2022

Katharina HOFER (eigenhändig)

## Inschrift

*“You cannot get through a single day without  
having an impact on the world around you.  
What you do makes a difference and you  
have to decide what kind of  
a difference you want to make.”*

Dr. Jane Goodall

# Danksagung

An dieser Stelle möchte ich allen danken, die durch ihre fachliche oder persönliche Unterstützung zum Gelingen dieser Masterarbeit beigetragen haben. Zuallererst möchte ich einen besonderen Dank meinem Betreuer Herrn Salhofer für die wissenschaftliche Unterstützung bei meiner Forschung und meinem Studienkollegen Herrn Grabher für spannende Diskussionen und Feedback aussprechen.

Ein besonderes Dankeschön geht an die befragten Expert:innen Herrn Kraxner, Frau Volk, Frau Kepplinger-Past, Herrn Meissner, Frau Zöhrer, Frau Zauner, Herrn Wachter, Herrn Bartmann, Herrn Neitsch und Herrn Schlögl. Ihre Teilnahme wird sehr geschätzt und ist von zentraler Bedeutung für die vorliegenden Forschungsergebnisse.

Darüber hinaus möchte ich meiner Familie, meinem Partner und meinen Freundinnen und Freunden danken, die mir während meiner studentischen Laufbahn finanziell oder emotional zur Seite gestanden sind. Ebenso gilt mein Dank meinen Eltern Viktoria Kornfeind und Ludwig Hofer für das Korrekturlesen.

# Inhaltsverzeichnis

|                                                                                                      |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Eidesstattliche Erklärung .....                                                                      | i   |
| Inschrift.....                                                                                       | ii  |
| Danksagung.....                                                                                      | iii |
| Inhaltsverzeichnis .....                                                                             | iv  |
| Kurzfassung .....                                                                                    | ix  |
| Abstract.....                                                                                        | x   |
| 1. Einleitung .....                                                                                  | 1   |
| 1.1 Forschungsfragen und Ziele der Arbeit .....                                                      | 3   |
| 1.2 Aufbau der Arbeit .....                                                                          | 4   |
| 2. Theoretische und rechtliche Grundlagen .....                                                      | 5   |
| 2.1 Hintergrund und Problematik der Textilindustrie .....                                            | 5   |
| 2.1.1 Privater Konsum von Textilprodukten .....                                                      | 6   |
| 2.1.2 Aufkommen und Behandlung von Textilabfällen in Österreich .....                                | 7   |
| 2.2 Definitionen und Begrifflichkeiten .....                                                         | 9   |
| 2.2.1 Legistische Dualität der Wiederverwendung .....                                                | 9   |
| 2.2.2 Organisation.....                                                                              | 11  |
| 2.2.3 Kommunen und Abfallwirtschaftsverbände in Österreich .....                                     | 11  |
| 2.2.4 Gewerbliche Sammel- und Entsorgungsunternehmen .....                                           | 13  |
| 2.2.5 Karitative bzw. gemeinnützige Organisationen .....                                             | 13  |
| 2.3 Re-Use von Alttextilien in Österreich.....                                                       | 15  |
| 2.4 EU-Strategie für nachhaltige und kreislauffähige Textilien .....                                 | 15  |
| 2.5 Abfallvermeidungs- und Kreislaufwirtschaftsstrategie in Österreich.....                          | 16  |
| 3. Material und Methode.....                                                                         | 19  |
| 3.1 Literaturrecherche und -analyse.....                                                             | 19  |
| 3.2 Qualitative Expert:inneninterviews .....                                                         | 19  |
| 3.3. Analyse und Vergleich der Organisationen .....                                                  | 21  |
| 4. Organisationen des kommunalen Sektors .....                                                       | 23  |
| 4.1 Magistratsabteilung 48 (MA 48) der Stadt Wien: 48er-Tandler .....                                | 24  |
| 4.1.1 Rahmenbedingungen .....                                                                        | 24  |
| 4.1.2 Funktionsweise .....                                                                           | 24  |
| 4.1.3 Personal .....                                                                                 | 25  |
| 4.1.4 Sammelmengen und Sortiment .....                                                               | 26  |
| 4.1.5 Finanzierung .....                                                                             | 26  |
| 4.1.6 Marketing .....                                                                                | 26  |
| 4.1.7 Business Model Canvas der MA 48 .....                                                          | 27  |
| 4.2 Die NÖ Umweltverbände und Land Niederösterreich: „So gut wie Neu“-Online-Plattform und -Box..... | 28  |

|       |                                                                      |    |
|-------|----------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.1 | Rahmenbedingungen .....                                              | 28 |
| 4.2.2 | Funktionsweise .....                                                 | 29 |
| 4.2.3 | Personal .....                                                       | 31 |
| 4.2.4 | Sammelmengen und Sortiment .....                                     | 31 |
| 4.2.5 | Finanzierung .....                                                   | 31 |
| 4.2.6 | Marketing .....                                                      | 32 |
| 4.2.7 | Business Model Canvas der NÖ Umweltverbände .....                    | 32 |
| 4.3   | Burgenländischer Müllverband (BMV): Re-Use-Netzwerk Burgenland ..... | 33 |
| 4.3.1 | Rahmenbedingungen .....                                              | 34 |
| 4.3.2 | Funktionsweise .....                                                 | 34 |
| 4.3.3 | Personal .....                                                       | 36 |
| 4.3.4 | Sammelmengen und Sortiment .....                                     | 36 |
| 4.3.5 | Finanzierung .....                                                   | 37 |
| 4.3.6 | Marketing .....                                                      | 37 |
| 4.3.7 | Business Model Canvas des Burgenländischen Müllverbands (BMV) .....  | 37 |
| 4.4   | Gegenüberstellung der kommunalen Organisationen .....                | 38 |
| 4.5   | Überblick kommunaler Re-Use-Tätigkeiten in Österreich .....          | 40 |
| 5.    | Organisationen des privatwirtschaftlichen Sektors .....              | 43 |
| 5.1   | ÖPULA Rohstoff-Recycling GmbH .....                                  | 43 |
| 5.1.1 | Rahmenbedingungen .....                                              | 43 |
| 5.1.2 | Funktionsweise .....                                                 | 44 |
| 5.1.3 | Personal .....                                                       | 45 |
| 5.1.4 | Sammelmengen .....                                                   | 45 |
| 5.1.5 | Finanzierung .....                                                   | 45 |
| 5.1.6 | Marketing .....                                                      | 46 |
| 5.1.7 | Business Model Canvas der ÖPULA Rohstoff-Recycling GmbH .....        | 46 |
| 5.2   | FCC Textil2Use GmbH .....                                            | 47 |
| 5.2.1 | Rahmenbedingungen .....                                              | 47 |
| 5.2.2 | Funktionsweise .....                                                 | 47 |
| 5.2.3 | Personal .....                                                       | 48 |
| 5.2.4 | Sammelmengen .....                                                   | 48 |
| 5.2.5 | Finanzierung .....                                                   | 48 |
| 5.2.6 | Marketing .....                                                      | 49 |
| 5.2.7 | Business Model Canvas der FCC Textil2Use GmbH .....                  | 49 |
| 5.3   | TEXAID Austria GmbH .....                                            | 50 |
| 5.3.1 | Rahmenbedingungen .....                                              | 50 |
| 5.3.2 | Funktionsweise .....                                                 | 50 |
| 5.3.3 | Personal .....                                                       | 52 |
| 5.3.4 | Sammelmengen .....                                                   | 52 |
| 5.3.5 | Finanzierung .....                                                   | 52 |

|       |                                                                                           |    |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 5.3.6 | Marketing .....                                                                           | 53 |
| 5.3.7 | Business Model Canvas der TEXAID Austria GmbH.....                                        | 53 |
| 5.4   | Gegenüberstellung der privatwirtschaftlichen Organisationen .....                         | 54 |
| 6.    | Organisationen des karitativen Sektors .....                                              | 56 |
| 6.1   | RepaNet - Re-Use- und Reparaturnetzwerk Österreich: Sachspendendrehscheibe „WIDADO“ ..... | 56 |
| 6.1.1 | Rahmenbedingungen .....                                                                   | 56 |
| 6.1.2 | Funktionsweise .....                                                                      | 57 |
| 6.1.3 | Personal .....                                                                            | 57 |
| 6.1.4 | Sammelmenngen der RepaNet-Mitglieder .....                                                | 57 |
| 6.1.5 | Finanzierung .....                                                                        | 59 |
| 6.1.6 | Marketing .....                                                                           | 59 |
| 6.1.7 | Business Model Canvas von RepaNet.....                                                    | 59 |
| 6.2   | HUMANA People to People Austria .....                                                     | 61 |
| 6.2.1 | Rahmenbedingungen .....                                                                   | 61 |
| 6.2.2 | Funktionsweise .....                                                                      | 61 |
| 6.2.3 | Personal .....                                                                            | 62 |
| 6.2.4 | Sammelmenngen und Sortiment .....                                                         | 63 |
| 6.2.5 | Finanzierung .....                                                                        | 63 |
| 6.2.6 | Marketing .....                                                                           | 64 |
| 6.2.7 | Business Model Canvas von HUMANA .....                                                    | 64 |
| 6.3   | Caritas Österreich: Carla-Shops.....                                                      | 65 |
| 6.3.1 | Rahmenbedingungen .....                                                                   | 66 |
| 6.3.2 | Funktionsweise .....                                                                      | 66 |
| 6.3.3 | Personal .....                                                                            | 68 |
| 6.3.4 | Sammelmenngen und Sortiment .....                                                         | 68 |
| 6.3.5 | Finanzierung .....                                                                        | 69 |
| 6.3.6 | Marketing .....                                                                           | 69 |
| 6.3.7 | Business Model Canvas der Caritas Österreich .....                                        | 69 |
| 6.4   | Österreichisches Rotes Kreuz: Henry Läden in NÖ.....                                      | 71 |
| 6.4.1 | Rahmenbedingungen .....                                                                   | 71 |
| 6.4.2 | Funktionsweise .....                                                                      | 71 |
| 6.4.3 | Personal .....                                                                            | 73 |
| 6.4.4 | Sammelmenngen und Sortiment .....                                                         | 73 |
| 6.4.5 | Finanzierung .....                                                                        | 73 |
| 6.4.6 | Marketing .....                                                                           | 73 |
| 6.4.7 | Business Model Canvas des Roten Kreuz Niederösterreichs .....                             | 74 |
| 6.5   | Volkshilfe Österreich .....                                                               | 75 |
| 6.5.1 | Rahmenbedingungen .....                                                                   | 75 |
| 6.5.2 | Funktionsweise .....                                                                      | 76 |
| 6.5.3 | Personal .....                                                                            | 76 |



|       |                                                                                                          |     |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.5.4 | Sammelmengen und Sortiment .....                                                                         | 77  |
| 6.5.5 | Finanzierung .....                                                                                       | 77  |
| 6.5.6 | Marketing .....                                                                                          | 77  |
| 6.5.7 | Business Model Canvas der Volkshilfe .....                                                               | 77  |
| 6.6   | Gegenüberstellung der karitativen Organisationen .....                                                   | 78  |
| 7.    | Chancen, Aufgaben und Herausforderungen für Organisationen beim Re-Use von Alttextilien .....            | 81  |
| 7.1   | Chancen .....                                                                                            | 81  |
| 7.1.1 | Ökologische Effekte .....                                                                                | 81  |
| 7.1.2 | Ökonomische Effekte .....                                                                                | 82  |
| 7.1.3 | Soziale Effekte .....                                                                                    | 83  |
| 7.2   | Aufgaben beim Re-Use von Alttextilien .....                                                              | 83  |
| 7.2.1 | Beschaffung/Sammlung von potenziell re-use-fähigen Textilprodukten .....                                 | 84  |
| 7.2.2 | Logistik und Transport .....                                                                             | 84  |
| 7.2.3 | Sortierung/Vorbereitung zur Wiederverwendung .....                                                       | 85  |
| 7.2.4 | Verkauf .....                                                                                            | 85  |
| 7.2.5 | Öffentlichkeitsarbeit und Bewusstseinsbildung .....                                                      | 86  |
| 7.3   | Herausforderungen für Organisationen beim Re-Use von Gebraucht Kleidung und Alttextilien .....           | 88  |
| 7.3.1 | Gesellschaftlicher Mangel an Akzeptanz, Nachfrage und Bewusstsein .....                                  | 89  |
| 7.3.2 | Sinkende Qualität von Primärtextilien .....                                                              | 90  |
| 7.3.3 | Aufrechterhaltung der Re-Use-Fähigkeit .....                                                             | 90  |
| 7.3.4 | Mangelnde Kostendeckung und Wirtschaftlichkeit .....                                                     | 90  |
| 7.3.5 | Politische Rahmenbedingungen und Zuständigkeiten .....                                                   | 91  |
| 7.3.6 | Globale Secondhandmärkte und Export .....                                                                | 91  |
| 7.3.7 | Strukturelle Begebenheiten: Stadt vs. Land .....                                                         | 92  |
| 8.    | Optimale Rahmenbedingungen für textile Re-Use-Aktivitäten .....                                          | 93  |
| 8.1   | Politische Ansätze zur Optimierung von Re-Use im Textilbereich .....                                     | 94  |
| 8.1.1 | Schaffung von Netzwerken als freiwillige Vereinbarungen .....                                            | 94  |
| 8.1.2 | Verbindliche Zielvorgaben und erweiterte Herstellerverantwortung (EPR) als Regulierungsinstrumente ..... | 95  |
| 8.1.3 | Steuerliche Erleichterungen und Förderungen als finanzielle Instrumente .....                            | 97  |
| 8.1.4 | Bewusstseinsbildung und Öffentlichkeitsarbeit als informelle Instrumente .....                           | 98  |
| 8.2   | Anpassung des abfallwirtschaftlichen Rechtsrahmens .....                                                 | 100 |
| 8.3   | Erfolgsfaktoren beim Re-Use von Gebraucht Kleidung und Alttextilien .....                                | 100 |
| 9.    | Diskussion .....                                                                                         | 102 |
| 9.1   | Vergleich der untersuchten Sektoren .....                                                                | 102 |
| 9.2   | Best-Practice „de kringwinkel“ in Flandern, Belgien .....                                                | 105 |
| 9.3   | Substitutionsfaktor und Rebound-Effekt: Ersetzt Re-Use einen Neukauf? .....                              | 107 |
| 9.4   | Circular Economy oder Circular Society? .....                                                            | 108 |

|                                                     |     |
|-----------------------------------------------------|-----|
| 9.5 Blick in die Zukunft der Alttextilsammlung..... | 109 |
| 10. Schlussfolgerung .....                          | 111 |
| Literaturverzeichnis.....                           | 112 |
| Abkürzungsverzeichnis.....                          | 127 |
| Tabellen- und Abbildungsverzeichnis.....            | 128 |
| Anhang: Interviewleitfaden .....                    | 131 |

## Kurzfassung

Die lineare Textilindustrie zeichnet sich durch negative ökologische und soziale Auswirkungen sowie steigende Textilabfallmengen aus. Die EU hat die Relevanz eines Wandels erkannt und setzt deshalb auf die Kreislaufwirtschaft. Die Wiederverwendung (Re-Use) kann in der Reduzierung des Abfallaufkommens eine bevorzugte Option darstellen. Das Ziel dieser Arbeit ist es, die Funktionsweisen von Organisationen des kommunalen, privatwirtschaftlichen und karitativen Sektors in Österreich darzustellen, die sich mit dem Re-Use von Gebraughtkleidung und/oder Alttextilien beschäftigen. Außerdem sollen Aufgaben, Chancen, Herausforderungen und optimale Rahmenbedingungen für Organisationen identifiziert werden, die zur Förderung von Re-Use-Tätigkeiten in Österreich beitragen. Im Rahmen dessen wurden Experteninterviews geführt und die untersuchten Organisationen mithilfe des „Business Model Canvas“ analysiert. Die Aufgaben bestehen je nach Sektor in der Sammlung bzw. Direktübernahme re-use-fähiger Textilprodukte, Logistik, Sortierung/Vorbereitung zur Wiederverwendung, Verkauf sowie Öffentlichkeitsarbeit. Re-Use-Organisationen bewirken positive ökologische, soziale und ökonomische Effekte, indem sie Abfallmengen und Emissionen verringern, hochwertige Gebraughttextilien preiswert anbieten und Arbeitsplätze schaffen. Zudem konnten folgende Herausforderungen identifiziert werden: mangelnde gesellschaftliche Nachfrage, sinkende Qualität von Primärtextilien, Erhalt der Re-Use-Fähigkeit und strukturelle Begebenheiten. Zum Erfolg von Re-Use-Organisationen können bürgernahe Abgabemöglichkeiten, Netzwerkbildung, ansprechende Verkaufsräume, Qualitätsstandards und Steuererleichterungen beitragen. Zur Förderung von Re-Use in Österreich wären eine erweiterte Herstellerverantwortung, reduzierte Mehrwertsteuern, duale Textilsammelsysteme und ein Re-Use-Bonus zielführend. Der Umweltnutzen des Re-Use schmälert sich, wenn ein Neukauf nicht ersetzt werden kann und Rebound-Effekte entstehen.

Schlagwörter: Re-Use-Organisationen, Alttextilien, Gebraughtkleidung, Textilsammlung, Erfolgsfaktoren, Herausforderungen, Kreislaufwirtschaft

# Abstract

The linear textile industry is characterized by its negative environmental and social impacts, as well as increasing amounts of textile waste. The EU has recognized the relevance of a change and therefore focuses on the circular economy. Reuse can be a preferable option in the reduction of waste generation. The aim of this thesis is to portray the functioning of organizations of the municipal, private and charity sector in Austria that are involved in the reuse of used clothing and/or textile waste. Furthermore, tasks, opportunities, challenges, and optimal framework conditions for organizations that contribute to the promotion of reuse activities in Austria will be identified. In the context of this, expert interviews were conducted, and the organizations examined were analyzed with the help of the “Business Model Canvas”. Depending on the sector, the tasks consist of the collection or personal acceptance of reusable textile products, logistics, sorting/preparation for reuse, retail as well as public relations. Reuse organizations have positive ecological, social and economic effects by reducing waste volumes and emissions, offering high-quality used textiles at low prices and creating jobs. In addition, the following challenges were identified: lack of societal demand, declining quality of primary textiles, maintaining the reuse capability and structural conditions. The success of reuse organizations can be achieved through citizen-friendly drop-off options, networking, appealing retail spaces, quality standards and tax incentives. To promote reuse in Austria, extended producer responsibility, reduced value-added taxes, dual textile collection systems and a reuse bonus would be effective. The environmental benefit of reuse is reduced if a new purchase cannot be substituted and rebound effects occur.

Keywords: reuse organizations, used textiles, used clothing, textile collection, success factors, challenges, circular economy

# 1. Einleitung

Derzeitige Wirtschaftsmodelle charakterisieren sich durch lineare Materialflüsse: Ressourcen werden kontinuierlich aus einem natürlichen System entnommen (Take), während der Produktion verändert (Make), für verschiedene Zwecke innerhalb des menschlichen Systems genutzt (Use) und schließlich wieder in die Umwelt entsorgt (Waste) (Keßler et al. 2021). In diesem linearen Wirtschaftssystem ist das Ende der Produktlebensdauer gleichbedeutend mit dem Ende der Nutzungsdauer (Keßler et al. 2021, 1). Im Gegensatz wird in der Kreislaufwirtschaft ein (fast) geschlossener Materialkreislauf angestrebt, in dem Produkte und die enthaltenen Materialien einen hohen und langfristigen Stellenwert besitzen (European Parliament 2019). Ein erfolgreicher Übergang zu zirkulären Wirtschaftsformen könnte dazu beitragen, die Ziele für nachhaltige Entwicklung und die Ambitionen zur Klimaneutralität des europäischen Green Deals zu erreichen (Gillabel et al. 2021). In diesem Zusammenhang sind die 3 Rs "reduce, reuse, recycle" bekannt geworden (Cooper und Gutowski 2017). Denn der Übergang zu nachhaltigen und kreislaforientierten Produktions- und Konsumweisen hängt in Europa von Aktivitäten wie der Verringerung des Ressourcenverbrauchs, der Verlängerung der Nutzungs- und Tragedauer von Produkten, der gemeinsamen Nutzung von Produkten (Sharing, Leasing), der Reparatur, Re-Use (Wiederverwendung) und dem Materialrecycling ab (Gillabel et al. 2021). Neben dem Green Deal haben der Aktionsplan für die Kreislaufwirtschaft (CEAP) und die Industriestrategie, welche Unternehmen bei dem Übergang zu nachhaltigeren und digitalen Wirtschaftsweisen unterstützen soll, Textilien als einen vorrangigen Sektor identifiziert, in dem die EU den Weg zu einer kohlenstoffneutralen Kreislaufwirtschaft ebnen kann (European Commission 2021a; European Commission 2021b; BAWP 2022). Der Textilsektor zeichnet sich aktuell durch seinen intensiven Ressourcenverbrauch und die erheblichen negativen Konsequenzen für Natur und Mensch aus (European Commission 2021a; European Commission 2022a). Der Konsum von Textilien hat in der EU nach Ernährung, Wohnen und Mobilität im Durchschnitt die vierthöchsten Klima- und Umweltauswirkungen (European Commission 2021a; European Commission 2022a). Laut Angaben der International Energy Agency (2016) und des European Parlaments (2022) ist die Textilproduktion mit jährlichen Emissionen von 1,2 Milliarden Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente für 10 % der weltweiten Kohlenstoffemissionen verantwortlich – mehr als alle internationalen Flüge und die Seeschifffahrt gemeinsam.

Darüber hinaus entsteht aufgrund der Wechselwirkung zwischen dem gestiegenen verfügbaren Einkommen der Verbraucher:innen und den Strategien des Fast-Fashion-Einzelhandels wie stark gesunkene Preise weltweit immer mehr Textilabfall (Bianchi und Birtwistle 2010; Xie et al. 2021). Allein in der EU fallen jährlich Textilabfälle von 5,6 bis 5,8 Millionen Tonnen an - dies entspricht ca. 11,3 kg pro Person (European Commission 2022a; European Parliament 2022). In einem globalen Kontext betrachtet, wird jede Sekunde eine LKW-Ladung Textilien auf Deponien beseitigt oder thermisch verwertet und schätzungsweise weniger als 1 % aller Textilien zu neuen Textilwaren recycelt (Ellen MacArthur Foundation 2017; European Commission 2022a). Im Sinne der quantitativen Reduzierung von Textilabfällen sollte eine möglichst lange und effiziente Nutzung von Textilien und Textilprodukten angestrebt werden (Bernhardt et al. 2022). Re-Use bzw. die Wiederverwendung kann in der End-of-Life-Phase von Textilien eine bevorzugte Option in der Abfallwirtschaft darstellen (Castellani et al. 2014; Gillabel et al. 2021). Denn 97 % der Textilabfälle in Österreich entstehen nach dem Konsum, stammen also von Einzelpersonen, Haushalten oder Betrieben (Bernhardt et al. 2022).

Wirft man einen Blick auf die europäischen Wiederverwendungspotenziale von getrennt erfassten Textilien, lassen sich Werte von durchschnittlich 5 bis 15 % auf lokaler Ebene sowie 30 bis 40 % auf internationaler Ebene identifizieren (RepaNet 2019). Der Rest ist in der EU

für das Recycling (30-40 %) bestimmt oder muss auf Kosten der sammelnden Organisation entsorgt (10-15 %) werden (RepaNet 2019). Recyclingverfahren sind jedoch unter den aktuellen Bedingungen nicht die Alleinlösung des textilen Abfallproblems (Sandin und Peters 2018; UK House of Commons Environmental Audit Committee 2019; RepaNet 2019; Cole et al. 2019). Grund dafür sind die geringen Recyclinganwendungen und die derzeitig begrenzten Möglichkeiten, Textilien zu hochwertigen Produkten zu verarbeiten (UK House of Commons Environmental Audit Committee 2019; Dittrich und Neitsch 2022). Die gebräuchlichsten Formen des Textilrecyclings sind Downcycling-Verfahren, bei denen Industrieputzlappen, minderwertige Decken oder Isoliermaterialien hergestellt werden (Schmidt et al. 2016.). Außerdem kann das Recycling von Textilfasern in der Regel nicht mehrmals durchgeführt werden (UK House of Commons Environmental Audit Committee 2019; RepaNet 2019). Die Wiederverwendung von Textilien führt im Vergleich zum Recycling zu größeren Umweltvorteilen (Sandin und Peters 2018; Friege 2020). Es besteht daher dringender Handlungsbedarf, im Sinne der Kreislauf- und Abfallwirtschaft Möglichkeiten zur Wiederverwendung zu forcieren, um die Entsorgung textiler Produkte nach einer oder wenigen Verwendungen zu vermeiden und lokale Wiederverwendungspotenziale zu erhöhen (McQuibban et al. 2021).

Die Fertigkeiten der Wiederverwendung und Reparatur waren bereits während des Zweiten Weltkriegs von zentraler Bedeutung, um in Zeiten der Rationierung knappe Ressourcen effizient zu nutzen (Williams und Shaw 2017). In der Vergangenheit war der Kauf von Gebrauchtwaren, sprich wiederverwendete Waren, die einerseits gebraucht oder auch ungenutzt sein können und am Sekundärmarkt zwischen Besitzer:innen gehandelt werden, in Industrieländern ein Zeichen der finanziellen Knappheit (Williams und Shaw 2017; Statista 2022a). Mittlerweile hat die Wiederverwendung durch die Kreislaufwirtschaft an Zugkraft gewonnen und ist neben finanziellen Aspekten als Lifestyle-Entscheidung in den Mittelpunkt der Bevölkerung gerückt (Williams und Shaw 2017). Die globale Nachfrage der Konsument:innen nach Secondhandmode hat in den letzten Jahren signifikant zugenommen und der Kauf von "Vintage", „Retro“ und "Upcycling" ist zum Trend geworden (Williams und Shaw 2017; Statista 2022a). Die Hauptmotivatoren, gebrauchte Textilien zu kaufen, sind ein besserer Preis, der Seltenheitswert und Umweltgedanken (Farfetch 2020). Aufgrund dessen legen immer mehr Organisationen und Unternehmen ihren Fokus auf die Wiederverwendung und bauen umfassende Netzwerke mit regelmäßigen Sammlungen, Lieferungen und leichterem Zugang zu Secondhandmärkten auf (Williams und Shaw 2017).

Geschäftsmodelle, die sich mit der Wiederverwendung, der kollektiven Nutzung und der verlängerten Lebensdauer von Textilien befassen, haben das Potenzial, zu einem geringeren Gesamttextilverbrauch und folglich zu einer geringeren Umweltbelastung durch die Textilproduktion beizutragen (Von Bahr et al. 2019). Der Bericht von Gillabel et al. (2021) konnte vier Haupttypen von Geschäftsmodellen identifizieren, die den Übergang zu einem Kreislaufwirtschaftssystem für Textilien unterstützt:

1. Langlebigkeit und Strapazierfähigkeit: Verkauf von langlebigen Textilprodukten, die auf eine längere Produktlebensdauer abzielen, z. B. durch die Verwendung robuster, hochwertiger Materialien und reparierbarer Designs.
2. Zugangsbasierte Modelle auf der Grundlage von Miete und Leasing (Business-to-Business/Business-to-Consumer) oder Sharing (Consumer-to-Consumer): Die Textilprodukte bleiben im Besitz des Unternehmens, das das System betreibt, während Kund:innen für den Zugang bezahlen.
3. Sammlung und Wiederverkauf von Textilien: Geschäftsmodelle, die sich auf den Wiederverkauf beziehen und sich auf die Verlängerung der Nutzungsdauer von Textilien über die erste Verwendung hinaus konzentrieren;
4. Recycling und Materialverwertung: Dieses Modell konzentriert sich auf die Schließung des Kreislaufs für Textilien, indem Alttextilien in Rohstoffe für neue Produktionsketten umgewandelt werden.

Der Fokus dieser Untersuchung stellt das 3. Geschäftsmodell „Sammlung und Wiederverkauf von Textilien“ dar. Die Textilsammlung steht in Österreich, aber auch in der restlichen EU vor großen Veränderungen, da die Europäische Kommission im Rahmen des Kreislaufwirtschaftspakets und der Änderung der Abfallrahmenrichtlinie eine Verpflichtung zur getrennten Sammlung von Textilabfällen für alle Mitgliedstaaten bis 01.01.2025 verabschiedet hat (Richtlinie (EU) 2018/851; Umweltdachverband 2022). Da es jedoch keine Zielvorgaben für die Sammlung gibt, sind die Mitgliedstaaten nicht verpflichtet, im Rahmen dieser Vorschrift über die Mengen der getrennt gesammelten Textilien Bericht zu erstatten (Köhler et al. 2021). Allerdings finden Überlegungen statt, detaillierte und obligate Zielvorgaben für das Re-Use und das Recycling von Textilien einzuführen (Luptáčík et al. 2021; Umweltdachverband 2022).

Die derzeitige Sammlung von Alttextilien erfolgt in Österreich flächendeckend, hauptsächlich durch drei Hauptakteure: Private Unternehmen (gewerbliche Sammlung); Kommunen (kommunale Sammlung) und karitative Organisationen (karitative Sammlung) (Bernhardt et al. 2022; Umweltdachverband 2022). Der überwiegende Anteil wird durch die karitative Sammlung (57 %) erfasst (Bernhardt et al. 2022). Es ist jedoch anzumerken, dass eine eindeutige Abgrenzung nicht immer möglich ist, da es zu Kooperationen zwischen den verschiedenen Akteur:innen kommen kann (Bernhardt et al. 2022). Die Textilsammlung unterliegt keiner bundesweiten Regelung, da Alttextilien als nicht-gefährliche Siedlungsabfälle in die Kompetenz der Länder und kommunalen Abfallwirtschaft fallen (Schanda 2020; Umweltdachverband 2022). In Österreich herrschen starke getrennte Sammelstrukturen für Alttextilien und partnerschaftliche Kooperationen zwischen den zuständigen Akteuren (Bartmann 2022; Kraxner 2022). Jedoch muss künftig ein Fokus auf die nationalen Wiederverwendungs-, Recycling- und Entsorgungspfade gelegt werden, da enorme Mengen der gesammelten Alttextilien exportiert werden (Bernhardt et al. 2022; Bartmann 2022). Zusätzlich fehlt es in Österreich an bundesweiten Strategien und Zielsetzungen (Schanda 2020).

## 1.1 Forschungsfragen und Ziele der Arbeit

Aufgrund der oben genannten Informationen stellt sich die Frage, in welcher Art und Weise Gebrauchtkleidung und/oder Alttextilien von kommunalen, privatwirtschaftlichen und karitativen Organisationen in Österreich einer Wiederverwendung zugeführt werden. Um diese Thematik zu klären, sollen folgende drei Forschungsfragen bearbeitet werden:

1. Wie funktionieren ausgewählte österreichische Organisationen des kommunalen, privatwirtschaftlichen und karitativen Sektors, die Teil des Re-Use-Prozesses von Alttextilien und/oder Gebrauchtkleidung sind und durch welche Merkmale charakterisieren sich ihre Organisationsmodelle?
2. Welche Aufgaben, Chancen und Herausforderungen bestehen für diese Organisationen?
3. Welche Strukturen sind notwendig, um optimale Rahmenbedingungen für die Förderung von Re-Use-Tätigkeiten in Österreich zu schaffen?

Das Ziel dieser Arbeit ist es, die Funktionsweisen, Aufgaben, Chancen und Grenzen von Organisationen in Österreich, die sich mit dem Re-Use von Gebrauchtkleidung und/oder Alttextilien beschäftigen, zu beschreiben und darzustellen. Die genannten Beispiele sollen einen Einblick in die derzeit gängige Praxis der Wiederverwendung in Österreich bieten. Die Rückgabemöglichkeit von Altkleidern und -schuhen im Einzelhandel (Modeketten) findet aktuell noch im kleinen Rahmen statt und spielt daher in dieser Abhandlung keine Rolle (Bernhardt et al. 2022). Ebenso ist die informelle Sammlung zu erwähnen, bei der Sammelbehälter ohne behördliche Genehmigung aufgestellt werden (Bernhardt et al. 2022). Diese Form der Erfassung wird in dieser Arbeit nicht behandelt. Im Zuge der Untersuchung wird der Fokus auf Alttextilien innerhalb des Abfallregimes und auf gebrauchte

Kleidung außerhalb des Abfallregimes durch Spenden in der Region Österreich gelegt. Außerdem sollen Faktoren bzw. Strukturen für Organisationen identifiziert werden, die zum Ausbau, zur Verbesserung und zum Erfolg von Re-Use-Tätigkeiten beitragen. Zusätzlich fließen Wissen, Einschätzungen und Meinungen von Expert:innen aus dem kommunalen, privatwirtschaftlichen und karitativen Sektor ein, um die Thematik aus Sicht der österreichischen Praxis zu bewerten.

## 1.2 Aufbau der Arbeit

Zu Beginn wird eine kurze Einführung in den theoretischen und rechtlichen Hintergrund der Textilindustrie und Wiederverwendung gegeben sowie Kreislaufwirtschaftsstrategien mit Fokus auf Textilien dargestellt. Darauf folgt die Beschreibung des verwendeten Materials sowie der Vorgehensweise bei der Literaturrecherche, Durchführung der Expert:inneninterviews und Analyse der Organisationen. Den Hauptteil dieser Arbeit bilden die Funktionsweisen der ausgewählten Organisationen sowie die Aufgaben, Chancen und Herausforderungen, die beim Re-Use von Gebrauchtkleidung und/oder Alttextilien entstehen können. Im Anschluss werden die optimalen Rahmenbedingungen zur Stärkung von Re-Use-Aktivitäten in Österreich skizziert. Darauf aufbauend werden die Resultate diskutiert und mit vorherrschender Literatur in Kontext gebracht. Die Schlussfolgerung beendet die Arbeit.



## 2. Theoretische und rechtliche Grundlagen

Dieser Abschnitt gibt eine Einführung in die Textilindustrie, einen Überblick über Definitionen von für diese Arbeit relevanten Begriffen sowie den in der Literatur beschriebenen aktuellen Wissensstand.

### 2.1 Hintergrund und Problematik der Textilindustrie

Textilien lassen sich als „flexible Erzeugnisse, die aus einem Netzwerk von verschiedenen faserförmigen Materialien hergestellt werden“, definieren und können aus Naturfasern wie Leinen, Baumwolle und Wolle sowie chemischen Fasern wie Viskose, Polyester oder Glasfaser bestehen (Bernhardt et al. 2022, 27). In der Textilherstellung werden die natürlichen oder synthetischen Fasern zu Garnen gesponnen, die durch Web- oder Strickverfahren zu Gewebestoffen verarbeitet und in einem Veredelungsschritt gefärbt und/oder bedruckt werden (Euratex 2022). Fertige Textilprodukte finden in den Bereichen Mode und Bekleidung, Einrichtung und Haushalt sowie Industrie und Technik ihren Einsatz (Euratex 2022). Die globale Textilindustrie stellt einen wichtigen Wirtschaftssektor dar und hat sich seit dem Jahr 2000 beinahe verdoppelt (Ellen MacArthur Foundation 2017; Dittrich und Neitsch 2022). Weltweit arbeiten ca. 430 Millionen Menschen - mehrheitlich Frauen - im Textilsektor (Common Objective 2018 zit. nach Dittrich und Neitsch 2022). Die Wertschöpfungsketten und -prozesse dieses Sektors durchlaufen oft mehrere Länder und Kontinente (Ellen MacArthur Foundation 2017; European Parliament 2019; Köhler et al. 2021; Dittrich und Neitsch 2022). „So kann beispielsweise die Baumwolle in Griechenland angebaut, in der Türkei zu Garn gesponnen, in Indien zu Stoff gewebt, in Bangladesch genäht und bei einem Einzelhandelsgeschäft in Deutschland verkauft worden sein“ (Rivoli 2008 zit. nach Köhler et al. 2021, 24; Gözet und Wilts 2022). Die EU exportiert weltweit nach China die meisten Textilien und ist gleichzeitig der größte Importeur von Textilien und Bekleidung (Luptáčík et al. 2021; Euratex 2022). Im Jahr 2018 beschäftigte die EU-Textilindustrie 1,66 Millionen Menschen, was 2 % der Wertschöpfung des verarbeitenden Gewerbes in der EU, 5 % der Beschäftigung und 9 % aller Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes entspricht (Köhler et al. 2021). Die Textilindustrie ist außerdem mit einem Umsatz von 147 Milliarden Euro (2021) politische Priorität für die EU (Gillabel et al. 2021; Euratex 2022). Die österreichische Textil-, Bekleidungs-, Schuh- und Lederindustrie umfasst 221 Unternehmen, die im 1. Halbjahr 2021 mit ca. 11.000 Beschäftigten Umsätze von 773 Millionen Euro mit Bekleidungs- und Heimtextilien erwirtschaften konnten (WKO 2022).

Neben den finanziellen Vorteilen durch das textile Wirtschaftssystem entstehen ökologische und soziale Problematiken (Ellen MacArthur Foundation 2017; European Environment Agency 2022). Die Textilindustrie verbraucht schätzungsweise 79 Milliarden m<sup>3</sup> Wasser pro Jahr (Šajn 2019; European Parliament 2022). Beispielsweise benötigt die Herstellung eines T-Shirts aus Baumwolle rund 2.700 Liter Süßwasser – mit dieser Menge könnte man den Trinkwasserbedarf einer Person für 2,5 Jahre decken (EPRS 2020 zit. nach European Parliament 2022). Die Textilindustrie ist aufgrund von Färbungs- und Fertigungsprozessen für ca. 20 % der weltweiten Wasserverschmutzung verantwortlich, aber auch durch die Freisetzung von Mikroplastik beim Waschen von synthetischer Kleidung werden Wasserressourcen verschmutzt (European Environment Agency 2019; APA-OTS 2019 zit. nach Dittrich und Neitsch 2022; European Parliament 2022). Etwa 4 bis 6 % des ökologischen Fußabdrucks der EU werden durch den Konsum von Textilien verursacht (Köhler et al. 2021). Darüber hinaus zählt der europäische Textilkonsum zu den drei größten Verbrauchsfaktoren in Hinblick auf die Wasser- und Flächennutzung und zu den fünf Größten betreffend der Primärrohstoffnutzung und Treibhausgasemissionen (European Commission 2022a). Bei der Herstellung von einer Tonne Textilien entstehen rund 15 bis 35 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente

(Luptáčík et al. 2021; Notten 2020 zit. nach Dittrich und Neitsch 2022). Die ökologischen Belastungen in der Herstellung, die für den europäischen Verbrauch verursacht werden, entstehen zum Großteil in anderen Teilen der Welt: 93 % der Landnutzung (Baumwollanbau), 95 % des Primärrohstoffverbrauchs und 92 % des Wasserverbrauchs (European Environment Agency 2019; Köhler et al. 2021). Bei der Textilproduktion sind eine Vielzahl der Arbeiter:innen gefährlichen Verfahren und toxischen Substanzen ausgesetzt (Ellen MacArthur Foundation 2017). Wegen des hohen Kosten- und Zeitdrucks auf die Lieferkette herrschen schlechte Arbeitsbedingungen sowie Kinderarbeit mit langen Arbeitszeiten und geringer Entlohnung (Ellen MacArthur Foundation 2017). Zusätzlich werden ungeklärte Abwässer in lokale Flüsse eingeleitet, die von der lokalen Bevölkerung zum Fischen, Trinken und Baden genutzt werden (Ellen MacArthur Foundation 2017).

### 2.1.1 Privater Konsum von Textilprodukten

Textilien bzw. Kleidung werden von fast allen Menschen ständig getragen und sind für viele ein wichtiger Ausdruck der Individualität bzw. stellen einen wesentlichen Bestandteil des täglichen Lebens dar (Ellen MacArthur Foundation 2017). Der Konsum von Kleidung und Schuhen wird Schätzungen zufolge bis 2030 um ca. 63 % steigen - von 62 Millionen Tonnen auf 102 Millionen Tonnen (Ellen MacArthur Foundation 2017; Manshoven et al. 2019; European Commission 2022c). Der Anstieg ist vor allem auf das Phänomen "Fast Fashion" zurückzuführen, bei dem neue Kleidungsstücke zu niedrigen Preisen angeboten werden und wechselnde Kollektionen pro Jahr auf den Markt kommen (Fletcher 2014; Ellen MacArthur Foundation 2017). Im Jahr 2017 wurden in der EU 7,4 kg Textilien pro Person produziert und fast 26 kg konsumiert (European Environment Agency 2019). Der durchschnittliche europäische Textilkonsum pro Kopf und Jahr (exklusive industrielle/technische Textilien und Teppiche) belief sich im Jahr 2020 auf insgesamt 14,8 kg: 6 kg Bekleidung, 6,1 kg Haus-/Heimtextilien und 2,7 kg Schuhe (European Environment Agency 2022). In Europa entspricht das einem Gesamtkonsum von 6,6 Millionen Tonnen an Textilprodukten (European Environment Agency 2022). Im Vergleich werden in Österreich pro Kopf und Jahr durchschnittlich 19 kg Textilien erworben, was einer Menge von rund 60 Kleidungsstücken entspricht (Global 2000 s.a.). Österreicher:innen gaben im Jahr 2020 im Durchschnitt € 810 für Kleidung aus und liegen damit im EU-Schnitt nach Luxemburg an zweiter Stelle (Euratex 2022). Insgesamt betrugen die Ausgaben von privaten österreichischen Haushalten für Bekleidung im Jahr 2021 rund 7,86 Milliarden Euro (Statista 2022b). Die Mehrheit kauft Bekleidung in Geschäften von globalen Produzenten wie H&M und Zara (Statista 2022f). Zudem nimmt der Onlinehandel stark zu: Fast die Hälfte der Österreicher:innen kauft Bekleidung im Internet, am liebsten bei dem Anbieter Zalando (Statista 2022c; Statista 2022d). Die Schattenseite: Knapp jedes achte Kleidungsstück befindet sich in Österreich fast ungenutzt im Kleiderschrank (Greenpeace 2019). Insgesamt entspricht das mindestens 72 Millionen Kleidungsstücke, die vollkommen oder nahezu ungenutzt nur für den Schrank produziert wurden (Greenpeace 2019). Grundsätzlich zeigen Verbraucher:innen drei Verhaltensweisen nach dem Konsum eines Produkts, wenn sie dessen Entsorgung in Betracht ziehen (Jacoby et al. 1977): erstens die vorübergehende Trennung (vermieten); zweitens die endgültige und dauerhafte Entsorgung (wegwerfen, verschenken, tauschen oder verkaufen); drittens das Behalten (verwenden, umwandeln oder lagern).

Im Durchschnitt tragen Verbraucher:innen ihre Kleidung sieben bis zehn Mal, bevor sie sie entsorgen (Morgan und Birtwistle 2009; Armour 2015). Erkennbar ist, dass die Differenz zwischen praktischer und technischer Tragedauer stetig steigt, da Kleidungsstücke für immer kürzere Zeitspannen getragen werden (Zamani et al. 2017). Vor allem Frauen entsorgen als „high frequency purchasers“ mit höherer Wahrscheinlichkeit mehr Kleidungsstücke als Männer (WRAP 2019). Meist werden T-Shirts/kurzärmelige Oberteile am häufigsten weggegeben, gefolgt von Hemden/langärmeligen Oberteilen und Pullovern (WRAP 2019). Wird Kleidung endgültig und dauerhaft aussortiert bzw. entsorgt, geschieht das in den meisten

Fällen, weil sie nicht mehr passen, abgenutzt, physisch beschädigt oder aus der Mode gekommen sind (Greenpeace 2019; Degenstein et al. 2020; Noh 2021). Entsorgungsalternativen wie Kleidertausch oder Reparaturen werden in Österreich von nur wenigen Menschen in Anspruch genommen (Greenpeace 2019). Die Qualität und Art des Kleidungsstücks haben einen Einfluss auf die Entsorgungsart (Degenstein et al. 2020). Nichtsdestotrotz hat der Großteil zumindest schon einmal bei der Onlineplattform „Willhaben.at“ einen gebrauchten, sogenannten Secondhandartikel gekauft (Greenpeace 2019; Statista 2015).

## 2.1.2 Aufkommen und Behandlung von Textilabfällen in Österreich

Textilabfälle sind in Österreich dem Abfallstrom „Siedlungsabfällen aus Haushalten und ähnlichen Einrichtungen“ zugehörig und fallen rechtlich in die Länderkompetenz (BAWP 2021, 18; Umweltdachverband 2022). Jährlich landen rund 221.800 Tonnen Textilabfälle im Müll (Bernhardt et al. 2022). Im Detail setzen sich Textilabfälle nach Definition des österreichischen Umweltbundesamts hauptsächlich aus Alttextilien sowie zu einem geringen Teil aus Textilien des technischen und industriellen Sektors und Produktionsabfällen zusammen (Bernhardt et al. 2022). Unter Alttextilien versteht man Altkleider, -schuhe, Haus- und Heimtextilien, die im Haushalt oder haushaltsähnlichen Bereichen anfallen (Bernhardt et al. 2022). Altkleider sind saubere, tragfähige Wäsche- und Kleidungsstücke (BMK 2021a). Beispiele für Haustextilien sind unter anderem „Bett- und Tischwäsche, Hand-, Bade- und Geschirrtücher und Waschlappen“ (Bernhardt et al. 2022, 24). Im Gegensatz werden unter Heimtextilien, welche für Dekorationszwecke eingesetzt werden, „Teppiche, Vorhänge, Matratzen, Decken, Dekor- und Möbelstoffe bzw. Polstermöbel“ verstanden (Bernhardt et al. 2022, 24). Die anteiligen Behandlungsmengen der in Österreich erzeugten Textilabfälle (gesamt, sortenrein, gemischt) sind in der Abbildung 1 dargestellt.

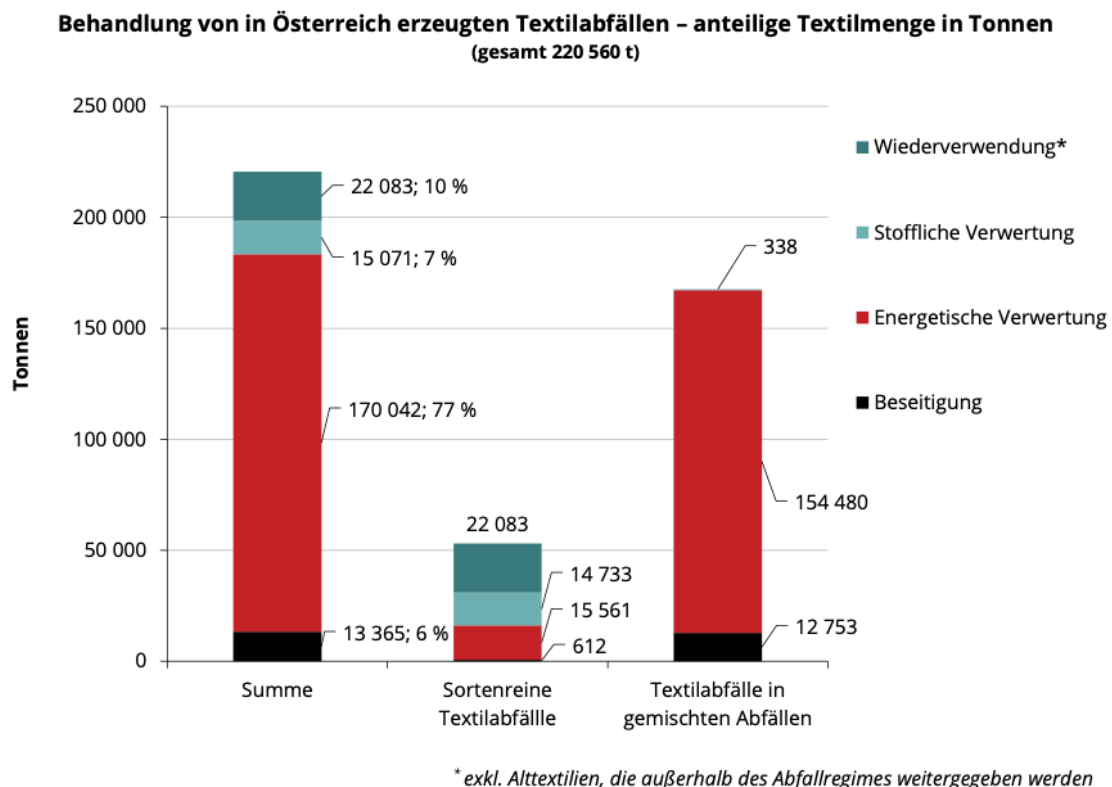


Abbildung 1: Behandlung der in Österreich erzeugten Textilabfälle, Referenzjahr 2018, in Tonnen (t) (Bernhardt et al. 2022, 11)

In Summe wurden 10 % der in Österreich erzeugten Textilabfälle einer Wiederverwendung zugeführt, 7 % recycelt, der überwiegende Teil (77 %) wird verbrannt (Bernhardt et al. 2022). Lediglich 6 % der Textilabfälle landen auf Deponien oder werden im Ausland ohne Energiegewinnung thermisch verwertet (Bernhardt et al. 2022). Ein enormer Unterschied lässt sich bei der Abfallbehandlung zwischen Textilabfällen in gemischten Siedlungsabfällen und sortenreinen Textilabfällen erkennen. Beinahe die Gesamtmenge (92 %) der Textilabfälle in gemischten Abfällen werden thermisch behandelt, während mehr als zwei Drittel der sortenreinen Textilabfälle nach der Vorbereitung zur Wiederverwendung (VzW) wiederverwendet oder stofflich verwertet werden (Bernhardt et al. 2022). Davon ausgenommen sind Alttextilien, die außerhalb des Abfallregimes über Plattformen wie z. B. Willhaben oder Ebay weitergegeben werden (Bernhardt et al. 2022).

Die Abbildung 2 zeigt die Flüsse von Schlüsselnummer (SN) 58107 Alttextilien (blaue Pfeile) in Österreich vom Aufkommen bis zum endgültigen Verbleib.

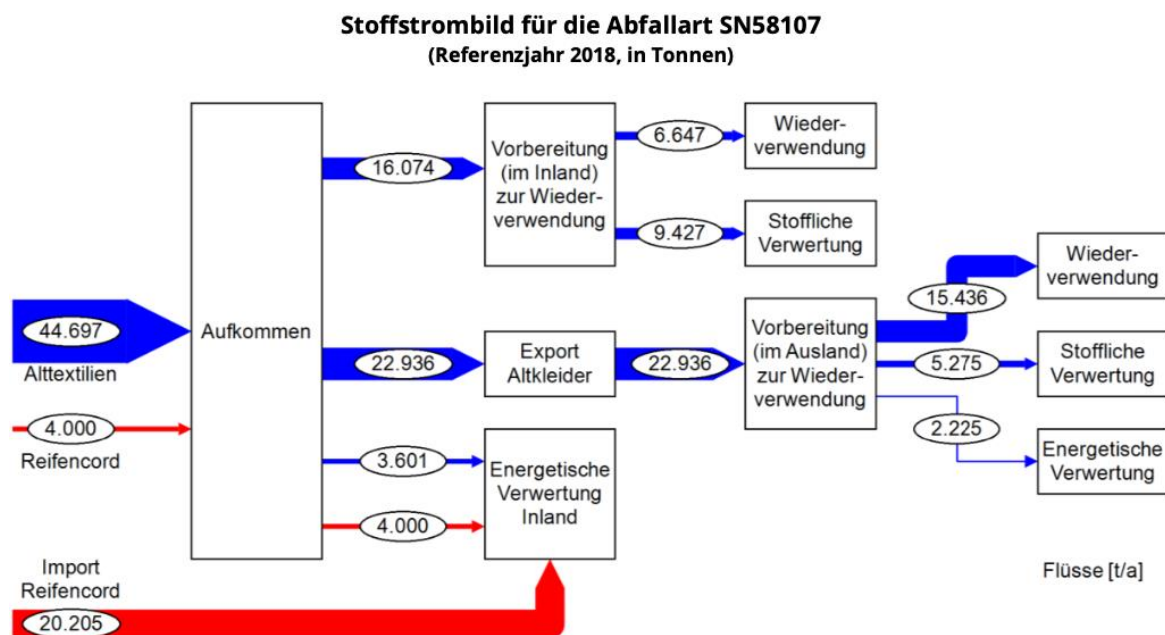


Abbildung 2: Stoffstrombild für die Abfallart „Stoff- und Gewebereste, Altkleider“ (SN 58107), Referenzjahr 2018, in Tonnen (t), Jahr (a) (Bernhardt et al. 2022, 109)

Die roten Pfeile stellen den Stoffstrom Reifencord dar, welcher bei der Altreifenaufbereitung als Sekundärabfall entsteht und ebenfalls unter der SN 58107 gemeldet wird (Bernhardt et al. 2022). Im Jahr 2018 konnten in Österreich 44.697 Tonnen an Alttextilien getrennt erfasst werden (Bernhardt et al. 2022). Etwa 37.687 Tonnen stammen aus kommunaler Herkunft, was einem Aufkommen von 4,26 kg pro Kopf und Jahr entspricht (Bernhardt et al. 2022). Davon wurden insgesamt 16.074 Tonnen einer inländischen VzW zugeführt (Bernhardt et al. 2022). In weiterer Folge wurden 6.647 Tonnen als Cremeware wiederverwendet sowie 9.427 Tonnen in der Putzlappenproduktion stofflich verwertet (Bernhardt et al. 2022). Etwa 50 % der getrennt erfassten Altkleider (22.936 t) wurde als Originalware oder als beraubte Ware (ohne Cremeware) für eine Sortierung bzw. VzW nach Deutschland, Italien, Slowakei und Ungarn exportiert (Bernhardt et al. 2022). Im Ausland wurden 15.436 Tonnen wiederverwendet, 5.275 Tonnen stofflich und 2.225 Tonnen thermisch verwertet (Bernhardt et al. 2022). Summiert man die Mengen, die im In- und Ausland wiederverwendet wurden, ergibt sich eine Wiederverwendungsmenge von 22.083 Tonnen.

Im Fachjargon finden die Begriffe Cremeware, Originalware und beraubte Ware Verwendung (RepaNet 2022). Die Originalware definiert sich als unsortierte Sammelware, die lediglich von Fehlwürfen bzw. Abfällen getrennt wird und in dieser Form meist von privatwirtschaftlichen

Sammlern an Textilgroßhändler verkauft bzw. exportiert wird (Neitsch 2022). Die Cremeware, abstammend von Crème de la Crème, entspricht der qualitativ hochwertigen Textilware meist in Markenqualität, die kaum Gebrauchsspuren aufweist, in heimischen Secondhandshops zum Verkauf angeboten wird und die höchste Wertschöpfung generiert (Kraxner 2022). Die sogenannte beraubte Ware bleibt über, wenn die hochwertige Cremeware entnommen wurde (RepaNet 2022).

## 2.2 Definitionen und Begrifflichkeiten

Das folgende Kapitel enthält Definitionen wichtiger Begriffe wie Re-Use, Organisation sowie Erläuterungen der Akteure „Kommunen“, „privatwirtschaftliche Unternehmen“ und „karitative Organisationen“, die im Fokus dieser Arbeit stehen.

### 2.2.1 Legistische Dualität der Wiederverwendung

Die Wiederverwendung von Produkten ist nach der allgemeinen Definition von Cooper und Gutowski (2017, 38) „ein zerstörungsfreier Prozess, bei dem eine zweite oder weitere Verwendung für feste Materialien (Produkte oder Komponenten) am Ende ihrer ersten Lebensdauer gefunden wird, ohne dass sich ihr Zustand ändert, wodurch ein potenziell ausrangierter Gegenstand gerettet oder wieder in den aktiven Gebrauch übergeführt wird“. Rechtlich sind die Begriffe Re-Use bzw. Wiederverwendung in der europäischen Abfallrahmenrichtlinie 2008/98/EG definiert, welche abfallwirtschaftliche Konzepte und Definitionen enthält (Neitsch et al. 2010). Re-Use ist sowohl Teil der Abfallvermeidung als auch Vorbereitung zur Wiederverwendung (VzW) (Neitsch et al. 2010; Williams und Shaw 2017). Wie in der Abbildung 3 ersichtlich ist, stellt die Abfallvermeidung die oberste Priorität vor der Vorbereitung zur Wiederverwendung, dem Recycling, der sonstigen Verwertung und der Beseitigung innerhalb der 5-stufigen Abfallhierarchie dar (BAWP 2017).

Der Begriff Abfallvermeidung definiert sich als „Maßnahmen, die ergriffen werden, bevor ein Produkt zu Abfall geworden ist und die Folgendes verringern: a) die Abfallmenge, auch durch die Wiederverwendung von Produkten oder die Verlängerung ihrer Lebensdauer; b) die nachteiligen Auswirkungen des nachfolgend anfallenden Abfalls auf die Umwelt und die menschliche Gesundheit oder c) den Gehalt an gefährlichen Stoffen in Materialien und Produkten“ (ARRL 2018/851 Art. 3 (3)).

Eine Maßnahme der Abfallvermeidung stellt Re-Use bzw. Wiederverwendung dar, welche „jedes Verfahren, bei dem Produkte sowie Bestandteile, die keine Abfälle sind, wieder für denselben Zweck verwendet werden, für den sie ursprünglich eingesetzt und bestimmt waren“ beschreibt (ARRL 2008/98/EG, Art. 3 (4)). Schenkungen, Kleiderspenden, Flohmärkte oder der Secondhandhandel fallen beispielsweise unter Re-Use-Tätigkeiten.

Die zweite Hierarchieebene „Vorbereitung zur Wiederverwendung“ (VzW) ist nach § 2 (6) definiert als „jedes Verwertungsverfahren der Prüfung, Reinigung oder Reparatur, bei dem Produkte sowie Bestandteile von Produkten, die zu Abfällen geworden sind, so vorbereitet werden, dass sie ohne weitere Vorbehandlung wiederverwendet werden können“. Beispiele der VzW sind die Prüfung, Reinigung oder Reparatur von Alttextilien (BAWP 2017). Die Wiederverwendung ist in der Abfallrahmenrichtlinie demnach doppeldeutig definiert und kann sowohl im Nicht-Abfallbereich als Abfallvermeidung (Wiederverwendung) als auch im Abfallbereich als VzW stattfinden (Neitsch et al. 2010). Die beiden Regelungsbereiche werden als „legistische Dualität der Wiederverwendung“ bezeichnet (Neitsch et al. 2010, 20).

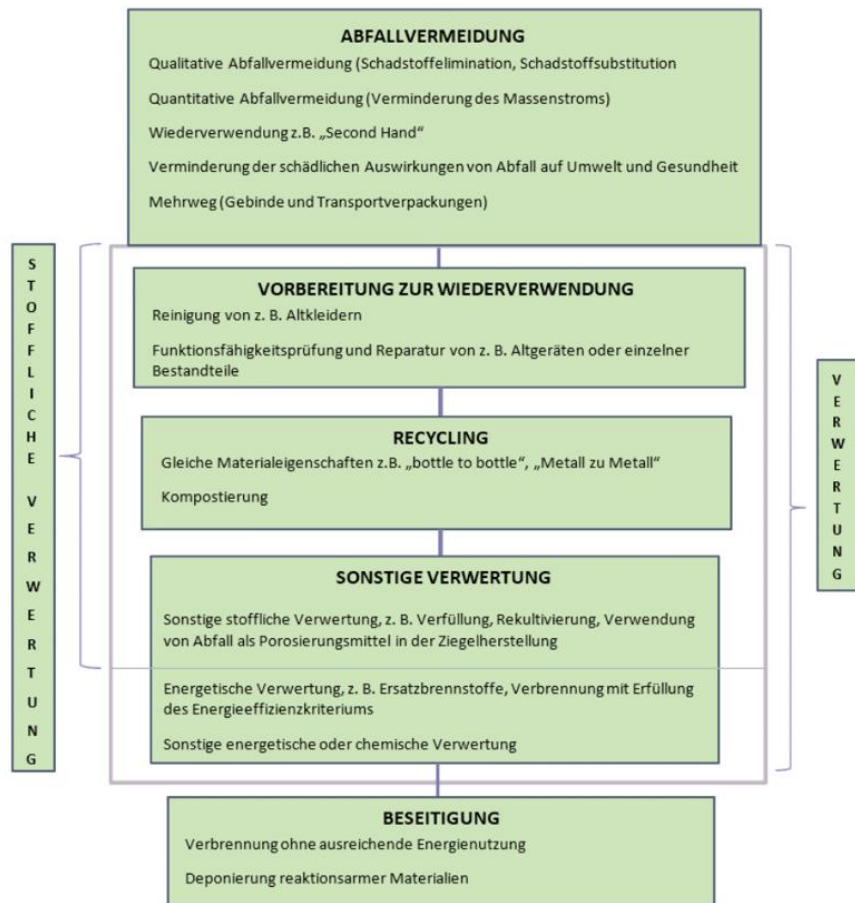


Abbildung 3: Europäische Abfallhierarchie (BAWP 2022, 14)

Das Ziel des Re-Use von Textilprodukten ist die Verlängerung der Nutzungsdauer über eine oder einen Vornutzer:in hinweg (Gsell et al. 2019). Die Abbildung 4 zeigt, dass ein aussortiertes Textilprodukt wie ein T-Shirt aus abfallwirtschaftlicher Sicht auf zwei Wegen zu einem oder einer Nachnutzer:in gelangen kann.



Abbildung 4: Wege der Verlängerung der Nutzungsdauer eines Textilproduktes durch Abfallvermeidung und Vorbereitung zur Wiederverwendung im Abfallregime (verändert nach Neitsch et al. 2010, 21)

Einerseits direkt und außerhalb des Abfallregimes durch den Secondhandhandel, Schenkungen, Flohmärkte oder Tausch (Neitsch et al. 2010). Andererseits muss eine getrennte Sammlung zum Beispiel via Container stattfinden, um eine Wiederverwendung von

Alttextilien und Textilabfällen innerhalb des Abfallregimes zu ermöglichen (Niebler 2020). Im nächsten Schritt kann im Idealfall durch die Vorbereitung zur Wiederverwendung (Reinigen oder Reparieren von Alttextilien) ein Ende der Abfalleigenschaft festgestellt werden (Neitsch et al. 2010). Bei der VzW ist je nach Abfallstrom mit einer diversen Komplexität der Rechtspflichten zu rechnen, die zum Beispiel bei Büchern, Möbeln und Alttextilien relativ niedrigschwellig ausgestaltet ist (Zimmer et al. 2018). Sobald Abfälle ein Verwertungsverfahren durchlaufen haben und die sogenannten End-of-Waste-Kriterien erfüllen, erlangen sie den Status eines Produkts bzw. gebrauchten Guts (Sekundärrohstoff) und können problemlos einer Wiederverwendung zugeführt werden (Neitsch et al. 2010; Niebler 2020). Die Voraussetzungen für Stoffe oder Gegenstände, welche in Absatz 1 und 2 sowie Artikel 6 der EU-Abfallrahmenrichtlinie festgelegt sind, umfassen unter anderem Folgendes (Niebler 2020, 20):

- Verwendung für bestimmte Zwecke;
- Bestehender Markt oder Nachfrage;
- Erfüllung der technischen Anforderungen gemäß den bestehenden rechtlichen Bestimmungen und Normen;
- Keine schädlichen Auswirkungen auf die Umwelt oder Gesundheit durch die Verwendung.

Am Ende beider Verfahrenswege steht ein gebrauchtes Produkt, dessen vorhergegangene „Reise“ beim Kauf meist unbekannt ist (Gsell et al. 2019). In der Praxis verkaufen oder verschenken Organisationen, die im Re-Use tätig sind, gebrauchte Textilien, die aus rechtlicher Sicht einmal Abfall oder auch Nicht-Abfall waren (Gsell et al. 2019).

## 2.2.2 Organisation

Die Autoren Jones und Bouncken (2008, 28) definieren eine Organisation konkret als „Mittel, das von Menschen genutzt wird, um Aktivitäten zu koordinieren und um etwas zu erzeugen, was gewollt oder wertgeschätzt wird“. Organisationen werden demnach durch die Zusammenarbeit mehrerer Menschen geschaffen, um bestimmte Ziele zu erreichen bzw. Bedürfnisse zu erfüllen (Jones und Bouncken 2008). Sie sind außerdem dynamisch und unterliegen ständigen Wandelprozessen der Auflösung und Neuorganisation (Jones und Bouncken 2008). Im Fokus des Organisierens stehen Prozesse, Regelungen und Strukturen, die die Aufgabenverteilung, -abfolge und Zuständigkeiten festlegen (Jones und Bouncken 2008). Organisationen können von Individuen, Personengruppen, religiösen und politischen Einrichtungen gegründet werden (Jones und Bouncken 2008). In der Theorie lässt sich eine Organisation im instrumentellen, funktionalen und institutionellen Kontext erklären. Diese Arbeit folgt dem institutionellen Organisationsbegriff, bei dem der Gestaltungsprozess im Mittelpunkt steht, konkreter sollen Strukturen und Prozesse von Organisationen verbessert werden (Jones und Bouncken 2008).

## 2.2.3 Kommunen und Abfallwirtschaftsverbände in Österreich

Da Österreich als föderalistische Republik das bundesstaatliche Prinzip verfolgt, werden die Gesetzgebung, -ausführung und Finanzwirtschaft zwischen der gesamtstaatlichen Regierung und den neun Bundesländern aufgeteilt (Österreichisches Parlament 2018). Bundesländer untergliedern sich weiter in Gemeinden, welche die kleinste organisatorische Einheit eines Staates bilden (B-VG Artikel 116 (1); Stadt Wien s.a. f). Entsprechend dem österreichischen Bundes-Verfassungsgesetzes (B-VG) Artikel 116 (1) bis (2) ist eine Gemeinde „Gebietskörperschaft mit dem Recht auf Selbstverwaltung und zugleich Verwaltungssprengel“ sowie „selbstständiger Wirtschaftskörper“, demnach haben österreichische Gemeinden eindeutig vorgeschriebene Wirkungsbereiche (Stadt Wien s.a. f). Gemeinden und Kommunen



sind gleichbedeutend zu verstehen. Österreich besteht aus insgesamt 2.095 Gemeinden, davon sind 201 Stadt- und 771 Marktgemeinden (Statistik Austria 2021).

Die bedeutendste Rechtsgrundlage in der österreichischen Abfallwirtschaft stellen das Abfallwirtschaftsgesetz (AWG 2002) sowie die neun Landesabfallwirtschaftsgesetze der Bundesländer dar (BMK 2022; Bernhardt et al. 2022). Beispielsweise ist die Erfassung von Altstoffen im Abfallwirtschaftsgesetz (AWG 2002) geregelt und darf nur durchgeführt werden, wenn eine Abfallsammlererlaubnis nach § 24a 27 vorhanden ist (Bernhardt et al. 2022). Der rechtliche Rahmen wird durch eine Vielzahl von europarechtlichen Rechtsvorschriften wie Verordnungen, die unmittelbar zu vollziehen sind, und Richtlinien, die in nationales Recht umzusetzen sind, ergänzt (BMK 2022). Während für gefährliche Abfälle ausschließlich der Bund zuständig ist, bestehen für nicht gefährliche Abfälle eingeschränkte Landeskompetenzen (BAWP 2022). Die abfallwirtschaftlichen Landesgesetze regeln Aspekte wie die Abfallgebührenfestlegung, Öffentlichkeitsarbeit, Informationsvermittlung an die Bevölkerung, Einrichtung von Abfallwirtschaftsverbänden und die rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen für die kommunale Abfuhr von Siedlungsabfällen (BMK 2022; BAWP 2022). In vielen Bundesländern haben sich Gemeinden zu Abfallwirtschaftsverbänden zusammengeschlossen, um gemeinschaftlich abfallwirtschaftliche Aufgaben zu bewältigen (BAWP 2022). Die einzelnen Gemeinden oder zusammengeschlossene Gemeindeverbände sind im Regelfall nach den Landesabfallwirtschaftsgesetzen für die Organisation der Sammlung von gemischten und getrennt gesammelten Siedlungsabfällen zuständig (BMK 2022; BAWP 2022). Die Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Abfallwirtschaftsverbände der neun österreichischen Bundesländer Wien, Niederösterreich (NÖ), Oberösterreich (OÖ), Burgenland, Steiermark, Kärnten, Salzburg, Tirol und Vorarlberg.

Tabelle 1: Österreichische Abfallverbände (Eigene Darstellung nach Das Land Steiermark s.a. a; Land Salzburg, s.a.; Die NÖ Umweltverbände s.a. a; BMV s.a. a; BMV s.a. b; TAWV s.a.; Vorarlberger Gemeindeverband s.a. a; OÖ Landesverband s.a. a; Abfallwirtschaftsverbände Kärnten 2020; Österreich gv 2021; BMK 2022; Volk 2022)

| <b>Bundesland</b> | <b>Dachverband</b>                                                               | <b>Abfallwirtschaftsverbände (AWV)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wien              | Magistratsabteilung 48 (MA 48)                                                   | Die MA 48 vertritt 23 Gemeindebezirke.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| NÖ                | NÖ Umweltverbände                                                                | 22 regionale Umweltverbände: GVA Amstetten, Bruck/Leitha, GVA Baden, GV Gmünd, GVV Gänserndorf, AV Hollabrunn, GV Horn, Stadt Klosterneuburg, AV Korneuburg, GV Krems, Statutarstadt Krems, GVA Lillienfeld, GAUL Laa an der Thaya, GVA Mödling, GVV Melk, GAUM Mistelbach, AMV Neunkirchen, GVV St. Pölten, Stadt St. Pölten, GVV Scheibbs, AV Schwechat, GVA Tulln, AWV Wr. Neustadt, GVA Waidhof an der Thaya, GV Zwettl. |
| OÖ                | Oberösterreichischer Landesabfallverband (LAV) als Dachverband der Umwelt Profis | 15 Bezirksabfallverbände (BAV) und 3 Statutarstädte (Linz, Steyr, Wels).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Burgenland        | Burgenländischer Müllverband (BMV)                                               | Der BMV vertritt 171 Gemeinden.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Steiermark        | Dachverband der steirischen Abfallwirtschaftsverbände                            | 16 AWV: Deutschlandsberg, Feldbach, Fürstenfeld, Graz-Stadt, Graz-Umgebung, Hartberg, Judenburg, Knittelfeld, Leibnitz, Leoben, Liezen, Murau, Mürzverband (Bruck und Mürzzuschlag), Schladming, Voitsberg, Weiz.                                                                                                                                                                                                            |
| Kärnten           | Kärntner Abfallwirtschaftsverbände                                               | 6 AWV: Klagenfurt, Lavanttal, Spittal/Drau, Villach, Völkermarkt/St. Veit, Westkärnten.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |



| <b>Bundesland</b> | <b>Dachverband</b>                                                                 | <b>Abfallwirtschaftsverbände (AWV)</b>                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Salzburg          | Abfallverbände                                                                     | 3 Verbände: AWV Lungau, AWV Pongau, Abfallverband Pinzgau, Großraum Salzburg, Abfall- und Umweltberatung Flachgau Ost.                                                                                                                 |
| Tirol             | Tiroler Abfallwirtschaftsverein (TAWV)                                             | 8 Abfallverbände und Kommunalbetriebe: AWV Kitzbühl, AWV Reutte, AWV Osttirol, Abwasser- und Abfallverband Großache Süd, IKB-Innsbrucker Kommunalbetriebe, ATM-Abfallwirtschaft Tirol Mitte, Abfallbeseitigungsverband Innsbruck-Land. |
| Vorarlberg        | Vorarlberger Gemeindeverband für Abfallwirtschaft und Umweltschutz (Umweltverband) | Der Vorarlberger Gemeindeverband vertritt 96 Gemeinden.                                                                                                                                                                                |

## 2.2.4 Gewerbliche Sammel- und Entsorgungsunternehmen

Abfallsammler und -behandler entsorgen im Auftrag von Gemeinden Abfälle aus Haushalten, haushaltsähnlichen Einrichtungen, von Altstoffsammelzentren (ASZ) und/oder gewerblichen bzw. industriellen Betrieben (WKO 2021). Die Abfälle werden von den Entsorgungsunternehmen sortiert und die Wertstoffe aufbereitet (WKO 2021). Wer in Österreich Abfälle sammelt oder behandelt, bedarf laut dem AWG 2002 § 24a (1) einer Erlaubnis durch den Landeshauptmann. Die zuständige Behörde hat innerhalb von drei Monaten nach Stellung eines vollständigen und fehlerfreien Antrages gemäß § 24a (1) den Bescheid auszusprechen. Gemäß §25a herrschen Bestimmungen bzgl. der Sammel- und Behandlungserlaubnis von Abfällen. Eine Erlaubnis wird erteilt, wenn die Sammlungs- oder Behandlungsart für die jeweiligen Abfälle geeignet ist, den öffentlichen Interessen entspricht, fachliche Kenntnisse und Fähigkeiten zur Sammlung oder Behandlung der Abfälle nachgewiesen sind, Verlässlichkeit in Bezug auf die auszuübende Tätigkeit gegeben ist, ein Abfallbehandler nicht gefährlicher Abfälle über eine geeignete genehmigte Behandlungsanlage verfügt sowie ein Abfallsammler und/oder -behandler gefährlicher Abfälle über ein geeignetes genehmigtes Zwischenlager verfügt und eine geeignete genehmigte Behandlungsanlage betreibt (AWG 2002 § 25a).

## 2.2.5 Karitative bzw. gemeinnützige Organisationen

Eine klar und offiziell definierte Abgrenzung des karitativen Sektors oder der gemeinnützigen Organisationen gibt es bislang nicht (Meyer und Simsa 2013 zit. nach Pernerstorfer 2016). Aufgrund dessen werden im Sprachgebrauch diverse Begrifflichkeiten wie „gemeinnützige“ oder „karitative Organisation“, „Nonprofit-Organisation (NPO)“ oder „Social Profit Organisation“ synonymisch verwendet (Meyer und Simsa 2013 zit. nach Pernerstorfer 2016). Gemeinnützige Organisationen sind gesamtheitlich betrachtet Teil des sogenannten „Dritten Sektors“, der neben dem gewinnorientierten (Erster Sektor) und öffentlichen Sektor (Zweiter Sektor) besteht (Pernerstorfer 2016). Der dritte Sektor wird als „Überbegriff für die Gesamtheit jener Organisationen, die in einer strikten Auseinandersetzung weder dem idealtypischen Pol „Markt“ noch „Staat“ zugeordnet werden können“ verstanden (Helmig s.a., s.p.). Obwohl länderspezifische Unterschiede in der Definition des dritten Sektors bestehen, haben sich drei grundlegende und überschneidende Schlüsselmerkmale herauskristallisiert (Salamon und Sokolowski 2016):

1. Privates nicht-staatliches Handeln;
2. Öffentlicher Zweck ohne Gewinnerwirtschaftung;
3. Entscheidungsfreiheit ohne Zwang.

Einrichtungen oder Aktivitäten, die zum dritten Sektor zählen, sind gemeinnützige Organisationen (NPOs), Gegenseitigkeitsgesellschaften, Genossenschaften, Sozialunternehmen (Social Enterprises), ehrenamtliche Freiwilligenarbeit oder die Teilnahme an Demonstrationen und sozialen Bewegungen (Salamon und Sokolowski 2016). Im Detail definieren Salamon und Anheier (1996) fünf Merkmale, die gemeinnützige Organisationen aus dem „Nonprofit-Sektor“ kennzeichnen. Erstens müssen sie zu einem gewissen Grad an Organisiertheit und Institutionalisierung verfügen (Salamon und Anheier 1996). Das bedeutet, sie müssen interne Strukturen, eine relative Beständigkeit der Ziele und Aktivitäten sowie sinnvolle organisatorische Grenzen zwischen Mitgliedern und Nichtmitgliedern aufweisen (Salamon und Anheier 1996). Zweitens müssen NPOs institutionell vom Staat getrennt sein (Salamon und Anheier 1996). Demnach dürfen sie keine Instrumente einer nationalen oder lokalen Regierungseinheit darstellen und somit keine staatliche Autorität ausüben (Salamon und Anheier 1996). Drittens charakterisieren sie sich durch Eigenständigkeit und Selbstverwaltung, wodurch sie in der Lage sind, eigene Aktivitäten zu kontrollieren (Salamon und Anheier 1996). In der Realität kann der öffentliche Sektor in der Rolle des Hauptgeldgebers jedoch großen Einfluss auf solche Organisationen ausüben (Pennerstorfer 2016). Das vierte Kriterium bildet das Verbot der Gewinnausschüttung, d.h. erwirtschaftete Gewinne dürfen nicht an Eigentümer:innen oder Vorstände ausgeschüttet werden, sondern müssen reinvestiert oder anderweitig für den bestimmten Zweck der Organisation verwendet werden (Salamon und Anheier 1996; Pennerstorfer 2016). Das letzte Merkmal einer NPO ist die Freiwilligkeit (Salamon und Anheier 1996). Einerseits im Sinne von freiwilligen Mitarbeiter:innen, die in organisatorische Tätigkeiten und Managementaufgaben miteinbezogen werden (Salamon und Anheier 1996). Andererseits dürfen Mitgliedschaften, Freiwilligenarbeit oder Spenden nicht verpflichtend oder anderweitig gesetzlich festgelegt sein (Salamon und Anheier 1996). Gemeinnützigkeit liegt laut der österreichischen Bundesabgabenordnung (§§ 34 und 35ff BAO) vor, wenn Organisationszwecke gemeinnützig, humanitär, wohltätig oder kirchlich sind, also zur persönlichen oder materiellen Unterstützung hilfsbedürftiger Menschen, zur Förderung der Allgemeinheit, Kirchen und Religionsgesellschaften beitragen (BMF 2022). Typische gemeinnützige Einrichtungen betreiben Entwicklungs- und/oder Katastrophenhilfe, Umwelt-, Natur-, Tier- und Artenschutz (BMF 2022). Neben den Non-Profit-Organisationen besteht das Modell des „Social Business“. Wie in der Abbildung 5 erkennbar ist, kategorisiert sich ein Social Business nach seinem Organisationszweck und seinen Einnahmen.

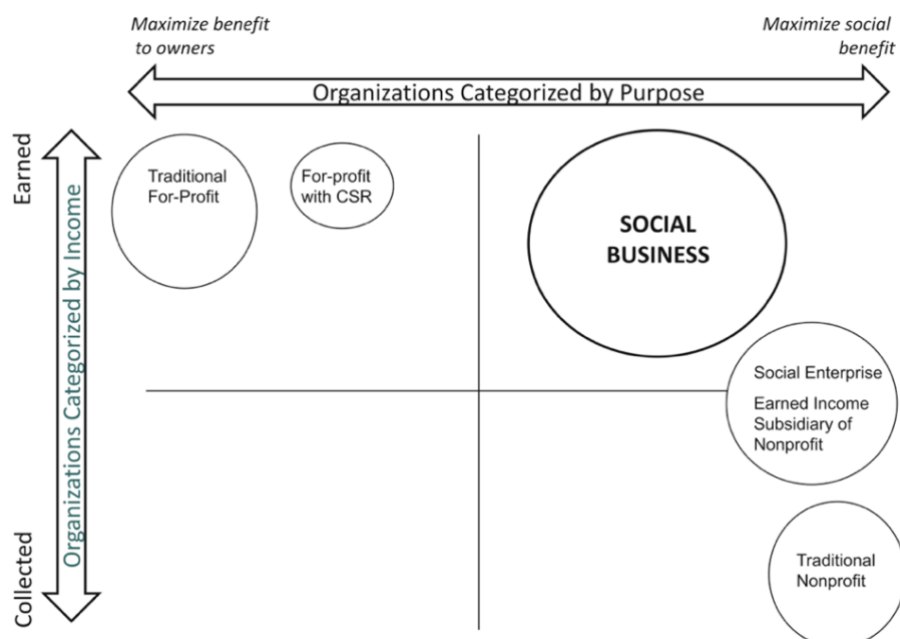


Abbildung 5: Organisationslandschaft mit weichen Grenzen betreffend dem Kategorisierungsgrad Einkommen und Zweck (Wilson und Post 2011, 719)

Ein Social Business beabsichtigt die Maximierung des sozialen Nutzens, jedoch nicht im selben Ausmaß wie Non-Profit-Organisationen (Wilson und Post 2011). Bezüglich der Einnahmen unterscheidet sich das Social Business von einer NPO, da die finanziellen Mittel nicht gesammelt, sondern erwirtschaftet werden (Wilson und Post 2011).

## 2.3 Re-Use von Alttextilien in Österreich

Derzeit gibt es in Österreich keine Verpflichtung zur Dokumentation von Massen im "Nicht-Abfall"-Sektor, weshalb die wiederverwendeten Textilmengen über Flohmärkte oder durch Schenkungen schwer abschätzbar sind (Gsell et al. 2019, Neitsch 2022; Meissner 2022). Da die Abfallsammlung und -behandlung dem Abfallrecht unterliegt, wird eine Genehmigung benötigt, um offiziell als Abfallsammler und Abfallbehandler für „Stoff- und Gewebereste, Altkleider“ (SN 58107) zu gelten (Neitsch 2022). Darüber hinaus fällt die Sammlung von Siedlungsabfällen aus privaten und ähnlichen Einrichtungen unter die kommunale Hoheit (Neitsch 2022). Die von RepaNet geschätzten Input- und Outputmengen im Jahr 2021 des österreichischen Re-Use-Sektors sind in der Abbildung 6 ersichtlich. Von den Schätzungen sind Internetplattformen wie Willhaben, Flohmärkte und privatwirtschaftliche Secondhandshops ausgenommen (RepaNet 2022).

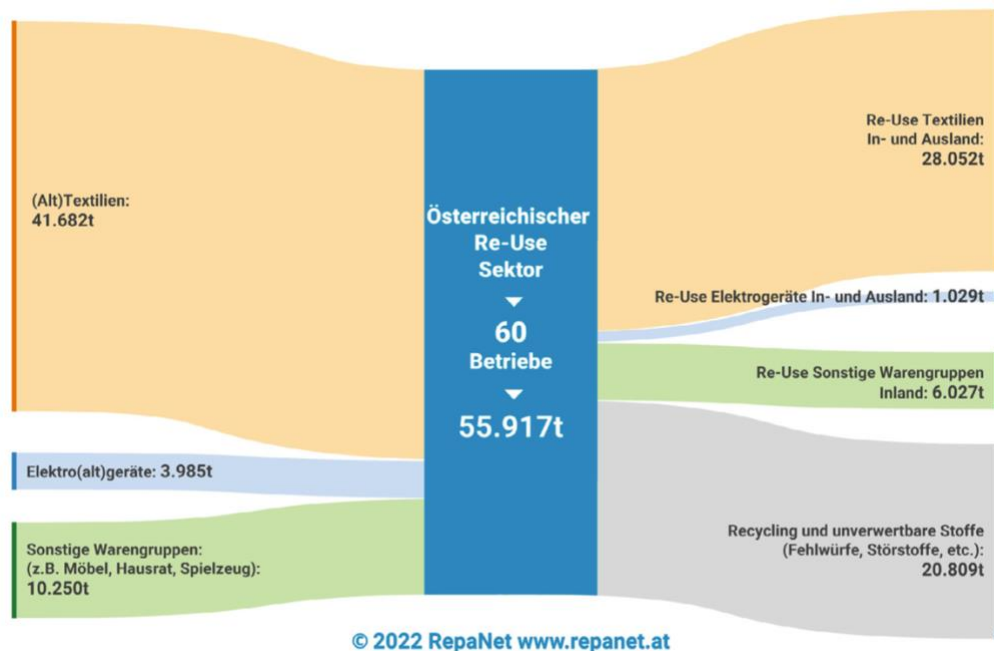


Abbildung 6: Input- und Outputmengen des österreichischen Re-Use-Sektors, Referenzjahr 2021, in Tonnen (t) (RepaNet 2022, 17).

In Österreich konnten im Jahr 2021 durch 60 Betriebe insgesamt 55.917 Tonnen an (Alt-)Textilien, Elektro(alt)geräten und sonstigen Warengruppen gesammelt werden, wovon die Alttextilien mit 41.682 Tonnen den Großteil ausmachten (RepaNet 2022). Im Detail wurden 28.052 Tonnen (Alt-)Textilien im Inland und Ausland wiederverwendet (RepaNet 2022). Die zuständigen Sammler kommen zu ca. 50 % aus der Privatwirtschaft und zu 50 % aus der Sozialwirtschaft (RepaNet 2022).

## 2.4 EU-Strategie für nachhaltige und kreislauffähige Textilien

In der im Jahr 2022 veröffentlichten EU-Strategie für nachhaltige und kreislauffähige Textilien (EU strategy for sustainable and circular textiles) werden Vorschläge und Maßnahmen des Europäischen Green Deals, des Aktionsplans für die Kreislaufwirtschaft und der

Industriestrategie vereint (European Commission 2022c). Bis zum Jahr 2030 möchte die EU im Zuge dessen folgende fünf Ziele erreichen (European Commission 2020, 5; European Commission 2022a, 1):

- Ziel 1: Alle auf dem EU-Markt in Verkehr gebrachten Textilerzeugnisse sind langlebig, reparaturfähig und recycelbar; Großteils aus Recyclingfasern hergestellt; frei von toxischen Stoffen und unter sozialrechtlichen und fairen Bedingungen produziert;
- Ziel 2: Unter dem Motto „Fast fashion is out of fashion“ sollen Verbraucher:innen längeren Nutzen aus qualitativ hochwertigen Textilien ziehen;
- Ziel 3: Profitable Wiederverwendungs- und Reparaturdienste sind weitreichend verfügbar;
- Ziel 4: Erweiterte Herstellerverantwortung für Textilprodukte entlang der gesamten Wertschöpfungskette;
- Ziel 5: Kreislaufwirtschaft ist die Norm, Vorhandensein ausreichender Kapazitäten für Recycling, kaum Verbrennung und Deponierung.

Ein Überblick über die konkreten Maßnahmen der EU-Strategie für nachhaltige und kreislauffähige Textilien ist in der Tabelle 2 zu finden.

Tabelle 2: Schlüsselmaßnahmen der Textilstrategie (Eigene Darstellung nach European Commission 2020, 6; European Commission 2022a, 2)

| Maßnahmen                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Festlegung von Designanforderungen für Textilien, damit diese länger halten, leichter zu reparieren und zu recyceln sind (Ökodesign-Verordnung für nachhaltige Produkte) sowie von Anforderungen an den Mindestgehalt an recyceltem Material. |
| Einführung von klareren Informationen über Textilien und eines digitalen Produktpasses.                                                                                                                                                       |
| Bekämpfung von Greenwashing, um die Verbraucher zu stärken und das Bewusstsein für nachhaltige Mode zu schärfen.                                                                                                                              |
| Umkehrung von Überproduktion und Überkonsum und Verhinderung der Vernichtung von unverkauften oder retournierten Textilien.                                                                                                                   |
| Vorschlag für eine obligatorische erweiterte Herstellerverantwortung für Textilien mit einer Ökomodulation der Gebühren.                                                                                                                      |
| Bekämpfung der ungewollten Freisetzung von Mikroplastik aus synthetischen Textilien.                                                                                                                                                          |
| Beschränkung des Exports von Textilabfällen und weltweite Stärkung nachhaltiger Textilien.                                                                                                                                                    |
| Anreize für kreislaforientierte Geschäftsmodelle schaffen einschließlich Wiederverwendung und Reparatur.                                                                                                                                      |
| Förderung von Unternehmen und Mitgliedstaaten, die Ziele der Strategie unterstützen.                                                                                                                                                          |

## 2.5 Abfallvermeidungs- und Kreislaufwirtschaftsstrategie in Österreich

In der österreichischen Kreislaufwirtschaftsstrategie werden Visionen, Ziele und Maßnahmen vorgestellt, die zur Umsetzung einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft in Österreich beitragen sollen, um in weiterer Folge nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zu etablieren (BMK 2021b). Im Fokus stehen dabei grundsätzlich drei Handlungsfelder, die eine effiziente Ressourcennutzung und Wertschöpfung fördern sowie negative Umweltauswirkungen und das Abfallaufkommen reduzieren sollen (BMK 2021b, 16):

1. „Nachhaltige Produktion und Design;
2. Nachhaltiger Konsum und Nutzung;
3. Recycling und Sekundärrohstoffe“.

Wie in der Abbildung 7 ersichtlich, ergeben sich durch die bereits genannten Handlungsfelder zehn Grundsätze, die von Refuse über Re-Use bis zu Recover reichen.



Abbildung 7: Zehn Grundsätze der Kreislaufwirtschaft in Österreich (BMK 2021b, 17)

In Hinblick auf einen umweltfreundlichen Konsum und Nutzung steht die verlängerte Produktlebensdauer im Vordergrund, welche u.a. durch die Wiederverwendung intakter Produkte erreicht werden soll (BMK 2021b). Darüber hinaus wurden folgende vier quantitativen Ziele bis 2030 vom Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK) festgelegt (2021b, 18f):

- „Ziel 1: Inländischen Materialverbrauch bis 2030 um 25 % senken und nachhaltigen inländischen Materialverbrauch von 7 Tonnen pro Kopf und Jahr bis 2050 erreichen;
- Ziel 2: Ressourceneffizienz der österreichischen Wirtschaft bis 2030 um 50 % steigern;
- Ziel 3: Nutzungsrate wiederverwendbarer Stoffe bis 2030 um 35 % steigern (Basisjahr 2020);
- Ziel 4: Materialverbrauch im privaten Konsum bis 2030 um 10 % reduzieren“.

Neben den vorgegeben thematischen Schwerpunkten „Bauwirtschaft und bauliche Infrastruktur“, „Elektro- und Elektronikgeräte“, „Biomasse“, „Mobilität“ sowie „Kunststoffe und Verpackungen“ durch den EU-Aktionsplan Kreislaufwirtschaft 2020 liegt auch ein besonderes Augenmerk auf dem „Abfallmanagement“ sowie auf „Textilien und Bekleidung“. Nachfolgend werden die konkreten Ziele und Maßnahmen innerhalb der letzten beiden Schwerpunkte mit Fokus auf Re-Use und Textilien vorgestellt. Beim kreislaforientierten Abfallmanagement ist es von entscheidender Bedeutung, dass Abfälle durch die VzW oder Recycling unter Berücksichtigung der Qualität und Quantität mehrfach genutzt werden können (BMK 2021b). Aufgrund dessen ist der Aufbau von Strukturen und Finanzierungsschienen zur Förderung von Re-Use- bzw. VzW-Tätigkeiten als Zielsetzung angeführt (BMK 2021b). Im Textil- und Kleidungsbereich gilt es die stoffliche Qualität und damit einhergehende Lebensdauer, Wiederverwendung und das Recycling zu erhöhen sowie nachhaltige Rohstoffe einzusetzen (BMK 2021b). Dies soll u.a. durch geförderte Geschäftsmodelle erfolgen, die gegen Fast Fashion arbeiten und somit Markträume für die Wiederverwendung und den Wiederverkauf von Secondhandkleidung und die Reparatur eröffnen (BMK 2021b). Zusätzlich sollen die Prozessschritte Textilsammlung, -sortierung und -recycling ausgebaut werden, um im internationalen Vergleich „Österreich als Vorreiter für zirkuläre, regenerative Textilien“ voranzutreiben (BMK 2021b, 35). Die Tabelle 3 gibt einen Überblick über die konkreten Ziele und Maßnahmen zum Schwerpunkt „Textilien und Bekleidung“ der österreichischen Kreislaufwirtschaftsstrategie mit Fokus auf Re-Use.

Tabelle 3: Konkrete Ziele und Maßnahmen zum Schwerpunkt „Textilien und Bekleidung“ der österreichischen Kreislaufwirtschaftsstrategie mit Fokus auf Re-Use (Eigene Darstellung nach BMK 2021b, 36f)

| <b>Ziele</b>                              | <b>Maßnahmen</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nachhaltige Produktion                    | „Nachhaltige und zirkuläre Geschäftsmodelle wie Miete, Leasing, Reparaturen, Wiederverkauf oder Take-back-Programme bei Modeketten anregen und stärken“.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Nachhaltiger Konsum                       | „Informations- und Bewusstseinsbildungsmaßnahmen ausbauen und weiterentwickeln, um einen Wertewandel für nachhaltige, qualitativ hochwertige Mode und Textilien herbeizuführen und eine Änderung des Einkaufs- und Nutzungsverhaltens hin zu Reparatur und Secondhand voranzutreiben“.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Öffentliche nachhaltige Textilbeschaffung | „Wiederverwendung, Reparatur und Wartung steigern und Produkt-Dienstleistungs-Geschäftsmodelle ausbauen“.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Sammlung, Sortierung und Textilrecycling  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. „Ziele und Mindeststandards für die Textilsammlung und -verwertung festlegen; bestehende Sammel- und Verwertungssysteme österreich-spezifisch weiterentwickeln; eine erweiterte Herstellerverantwortung einführen;</li> <li>2. Automatisierte und KI-unterstützte Sortier- und Textilrecyclingtechnologien in Österreich sowie für den Export entwickeln und anwenden;</li> <li>3. Wettbewerbsfähige Märkte für Recyclingfasern durch Steigerung der Nachfrage in der öffentlichen Beschaffung, bei Unternehmen und Konsument:innen etablieren; Web-Märkte für Recyclingmaterialien und Produktionsabfälle schaffen“.</li> </ol> |

### 3. Material und Methode

Die folgenden Kapitel enthalten eine detaillierte Beschreibung des angewandten Forschungsdesigns dieser Arbeit. Einerseits wurde klassisch Literatur recherchiert und analysiert, andererseits eine empirische Erhebung mittels leitfadengestützter qualitativer Expert:inneninterviews durchgeführt.

#### 3.1 Literaturrecherche und -analyse

Die Grundlage dieser Arbeit bildet eine Literaturrecherche und -analyse. Wissenschaftliche Literatur wurde online über die Suchmaschinen „Google“, „Google Scholar“, „ScienceDirect“, „Scopus“, „Web of Science“ und die BOKU-interne Datenbank „LIT-Search“ gesucht. Schlüsselworte wie „Textilabfälle“, „Secondhand“, „Re-Use in der Abfallwirtschaft“, „Alttextilien Abfallwirtschaft Österreich“, „reuse organisations“ oder „clothes and textil waste management“ führten zu einer umfassenden Auswahl an deutscher und englischer Literatur. Zudem wurde geeignete Literatur mit dem Betreuer und Studienkolleg:innen ausgetauscht. Die Literatur wurde gelesen und in Themen gruppiert, die den Kapiteln dieser Abhandlung entsprechen.

Als Quellen für die Daten und Funktionsweisen der untersuchten Organisationen dienen zum Großteil die Online-Inhalte der Homepages. Da die dargestellten Informationen auf den Webseiten unterschiedliche Detaillierungsgrade aufweisen, wurden in qualitativen Interviews die Vertreter:innen der ausgewählten Organisationen nach internen Abläufen, Prozessen und Strukturen befragt (siehe Kapitel 3.2). Das verwendete Material dieser Arbeit setzt sich hauptsächlich aus der Machbarkeitsstudie „Re-Use Regional - Machbarkeit und Szenarien für die EUREGIO Salzburg-Berchtesgadener Land-Traunstein“ von Meissner et al. (2021) und der Studie „Aufkommen und Behandlung von Textilabfällen in Österreich - Materialien zum Bundes-Abfallwirtschaftsplan“ von Bernhardt et al. (2022) zusammen. Zusätzliches Material stellt der Report „A new textiles economy: Redesigning fashion's future“ der Ellen MacArthur Foundation (2017) und das Projekt „Towards 2025: Separate collection and treatment of textiles in six EU countries“ von Watson et al. (2020) dar. Außerdem bildete der deutsche Bericht „Die Praxis der Wiederverwendung – Handlungsoptionen öffentlich-rechtlicher Entsorger“ von Zimmer et al. (2018) eine wichtige Grundlage.

#### 3.2 Qualitative Expert:inneninterviews

Der qualitative Teil wurde in Form von sieben leitfadengestützten Expert:inneninterviews erarbeitet, die online via Zoom sowie persönlich abgehalten wurden. Das Ziel der Befragungen war es, einen Einblick in die österreichische Abfall- und Organisationspraxis hinsichtlich Re-Use von Gebraucht Kleidung und Alttextilien zu erhalten. Dafür wurden Interviews mit Expert:innen aus großen und kleinen österreichischen Organisationen durchgeführt, die sich mit Geschäftsmodellen (Sammlung, Sortierung, Verkauf) zur Verlängerung der Lebensdauer von Textilien beschäftigen. Die Auswahl der Expert:innen erfolgte durch das Vorkommen in fachlich relevanten Publikationen und Studien. Ebenso mussten die Befragten einen der drei Sektoren abdecken und/oder Mitglied in einer der ausgewählten Organisationen sein. Im Vorfeld wurde ein Interviewleitfaden (siehe Anhang: Interviewleitfaden) mit Informationen zur Methode und den Untersuchungsfragen sowie zu den Interviewpersonen und Sachthemen erstellt. Darauf aufbauend wurden offene Interviewfragen im Zuge der Literaturrecherche formuliert. Der Aufbau des Interviewleitfadens gliedert sich wie folgt:

1. Einstieg: Frage zur Person und Tätigkeit;
2. Themenumriss: Einführung in die Thematik;

3. Beschreibung des Ist-Zustandes: Funktionsweise der Organisation;
4. Optimale Rahmenbedingungen: förderliche und hinderliche Faktoren;
5. Erwartungen/Prognosen;
6. Abschluss: Wünsche und Maßnahmen.

Die Fragen des dritten Abschnitts „Beschreibung des Ist-Zustandes“ wurden in Anlehnung an die Geschäftsmodellbausteine des „Business Model Canvas“ nach Osterwalder und Pigneur (2011) erarbeitet. Nach diesem Modell können Unternehmen nach den neun Geschäftsmodellbausteinen analysiert werden: Schlüsselpartner, Schlüsselaktivitäten, Schlüsselressourcen, Werteangebote, Kostenstruktur, Kundenbeziehungen, Kanäle, Kundensegmente und Einnahmequellen (Osterwalder und Pigneur 2011). Um die Expert:innen über das Untersuchungsanliegen zu informieren, wurden vorab die vorbereiteten Interviewfragen per E-Mail zugesandt. Grund dafür war abzuklären, ob bzw. welche Fragen von den Expert:innen beantwortet werden können. Daraufhin wurden die Termine für die Online-Meetings bzw. physischen Gespräche vereinbart und ein Einverständnis zu deren Aufzeichnung eingeholt. Die Details zur Durchführung der leitfadengestützten Expert:inneninterviews sind in der Tabelle 4 zu finden. Zusätzlich wurden am 26.08.2022 Informationen von Mag. Thomas Schlögl, Umwelt- und Qualitätsmanagementbeauftragter des „Burgenländischen Müllverbands“ (BMV) schriftlich eingeholt. Die Organisationen Caritas Wien, ÖPULA Rohstoff-Recycling GmbH und TEXAID Austria GmbH haben sich trotz Anfrage zu keinem Interview bereit erklärt.

Tabelle 4: Details zur Durchführung der leitfadengestützten Expert:inneninterviews betreffend Organisation, Expert:innen, Rolle, Interviewort, Datum und Dauer (in Minuten) in tabellarischer Form (Eigene Darstellung)

| <b>Organisation</b>                           | <b>Expert:innen</b>                         | <b>Rolle</b>                                                                      | <b>Interviewort</b>              | <b>Datum</b> | <b>Dauer</b> |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------|--------------|
| FCC Textil2Use GmbH                           | Ing. Georg Kraxner                          | Geschäftsführer                                                                   | Online (Microsoft Teams)         | 02.05.2022   | 75 min       |
| Rotes Kreuz NÖ                                | Astrid Kepplinger-Past                      | Fachbereichsleiterin im Bereich Unterstützung in sozialen Notlagen                | Online (Zoom)                    | 20.05.2022   | 60 min       |
| MA 48                                         | DI Ulrike Volk                              | Wirtschaftliche Angelegenheiten in der Abfallwirtschaft & im Stoffstrommanagement | Online (Zoom)                    | 01.06.2022   | 65 min       |
| Pulswerk GmbH/ Baukarussell                   | DI Markus Meissner                          | Gesellschafter und Experte im Bereich Unternehmen und Ressourcen                  | Online (Zoom)                    | 10.06.2022   | 65 min       |
| HUMANA                                        | Laura Zöhner und Lea Zauner                 | Unit Managerin, HR, Social Media Marketing                                        | HUMANA Geschäftslokal, 1060 Wien | 15.06.2022   | 60 min       |
| NÖ Umweltverbände; Amt der NÖ Landesregierung | Mag. Lorenz Wachter und DI Michael Bartmann | Geschäftsführer; Öffentlichkeitsarbeit Abfallwirtschaft und Ressourcenschonung    | Online (Zoom)                    | 05.07.2022   | 60 min       |
| RepaNet                                       | Matthias Neitsch                            | Geschäftsführer                                                                   | Hotel Schani, 1100 Wien          | 20.07.2022   | 120 min      |

Der inhaltliche Fokus wurde in allen Gesprächen auf die Beschreibung der Organisationsfunktionsweisen, förderlichen und hinderlichen Faktoren beim Re-Use, sowie auf die persönlichen Erfahrungen und zukünftigen Erwartungen gelegt. Nach der Durchführung der Online-Interviews folgte die Transkription aller Gespräche, wo Gehörtes der



Audioaufzeichnung digital in Microsoft Word verschriftlicht wurde. Der teilweise gesprochene Dialekt der Experten wurde ins Hochdeutsche übersetzt. Um einen Überblick über die transkribierten Audiodateien zu bekommen, wurden Textpassagen abhängig vom Inhalt den zuvor gebildeten Kategorien zugeordnet.

Die grafische Darstellung der Business Model Canvas inkl. Definitionen und Beispielfragen der neun Bausteine verkörpert die Abbildung 8.

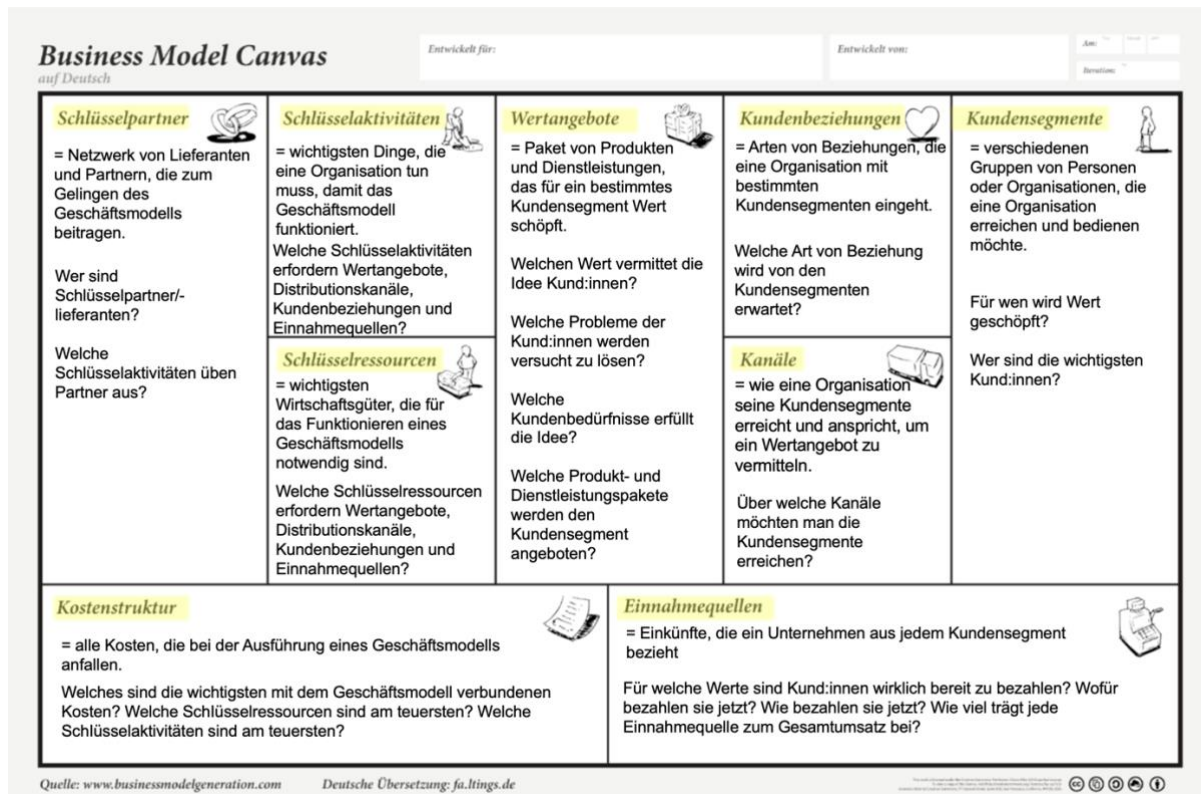


Abbildung 8: Erklärung und Fragen der neun Geschäftsmodellbausteine des Business Model Canvas in grafischer Darstellung (verändert nach Universität Duisburg Essen s.a., 1)

In der Auswertungsphase wurden die leeren Kästen der Business Model Canvas in Microsoft PowerPoint mit den entsprechenden Merkmalen und Informationen der Organisationen, die während der Interviews und Literaturrecherche erhoben wurden, in Farbe der Organisationslogos ergänzt. Aus Platzgründen wurden die Blöcke Schlüsselpartner und Schlüsselaktivitäten vertauscht. Die ausgefüllten Business Model Canvas der in dieser Abhandlung untersuchten Organisationen sind am Ende der jeweiligen Unterkapitel ergänzt (siehe Kapitel 4.1.7; 4.2.7; 4.3.7; 5.1.7; 5.2.7; 5.3.7; 6.1.7; 6.2.7; 6.3.7; 6.4.7; 6.5.7).

### 3.3. Analyse und Vergleich der Organisationen

Die zu untersuchenden Organisationen wurden nach ihrer sektoralen Zugehörigkeit in die kommunale, privatwirtschaftliche und gemeinnützige Ebene unterteilt, um eine bessere Übersicht und Vergleichbarkeit zu gewährleisten. Im Detail werden organisatorische Aspekte wie Strukturen und Organisationszwecke, Funktionsweisen, Abläufe und Prozesse beim Sammeln, Sortieren, Verwerten und/oder Wiederverwenden von Alttextilien und/oder Gebraucht Kleidung näher erläutert. Die Analyse erfolgt sowohl nach quantitativen als auch qualitativen Kriterien. Anzumerken ist, dass kommunale und gemeinnützige Organisationen keinen expliziten Fokus auf Alttextilien bzw. Gebraucht Kleidung haben, sondern in ihren Secondhandshops oder Online-Plattformen ein breites Produktsortiment anbieten.

Um die Organisationen beschreiben und vergleichen zu können, wurden folgende Kriterien in Anlehnung an Zimmer et al. (2018, 16) verwendet:

- „Strukturelle Gegebenheiten: Sozialstruktur, Einwohnerdichte;
- Rahmenbedingungen: Kurzvorstellung der Organisation, historische Eckdaten, Standort, Aufbau und Kerntätigkeiten;
- Funktionsweise: Re-Use-Prozess, Sammlung, Entleerung, Prüfung, Sortierung, Transport, Verkauf;
- Personal: Zuständigkeiten und Mitarbeiterzahlen;
- Sammelmengen und Sortiment: Beschreibung der gesammelten Jahresmengen, Behandlungswege und des Warensortiments;
- Finanzierung: Finanzierungsquellen, Fördergeber, Aufwendungen, Kostenstellen, Preisgestaltung;
- Marketing: Werbung, Sonderaktionen, gesellschaftliches Engagement, Social-Media, Zielgruppe“.

Zum Verständnis der Funktionsweisen der Organisationsmodelle wurde versucht, die Wegpfade der von den Organisationen gesammelten bzw. erhaltenen (Alt-)Textilien in Microsoft PowerPoint als Abbildungen zu visualisieren. Abschließend werden die gewonnen Erkenntnisse und Charakteristika der Organisationen in Kapitel 9.1 gegenübergestellt, um Gemeinsamkeiten sowie Differenzen aufzuzeigen. Zu den oben genannten Kriterien wurden in der Diskussion folgende Vergleichsmerkmale ergänzt: Organisations-/Rechtsform, Organisationsziel, Re-Use-Initiative, Sammelverfahren, -mengen, Sortierung, Re-Use-Anteil, Export und Absatzwege.

## 4. Organisationen des kommunalen Sektors

Thematiken wie das kreislauforientierte Wirtschaften und der effiziente Umgang mit Ressourcen beginnen im kleinsten Bestandteil unserer Gesellschaft, in den Kommunen (Ressourcen Forum Austria s.a.). Diese Tatsache lässt sich darauf zurückführen, dass Gemeinden die erste und unmittelbare Kontaktstelle zu den Bürger:innen darstellen sowie eine Vorbildfunktion inne haben, die den privaten Ressourcenumgang indirekt durch Informationsvermittlung und Sensibilisierung beeinflussen können (Ressourcen Forum Austria s.a.). Darüber hinaus entwickeln Abfallwirtschaftsverbände (AWV) als erfahrene Netzwerke u.a. Konzepte auf Gemeindeebene zur Abfallvermeidung und VzW wie Reparaturveranstaltungen oder Tausch-Plattformen (Ressourcen Forum Austria s.a.). Lokale Re-Use-Strategien definieren sich als von einer Kommune oder von Verbänden umgesetzte Strategien und Maßnahmen, die darauf abzielen, die Menge an Produkten und Materialien zu erhöhen, die wiederverwendet oder repariert werden, sodass sie weiterhin für den ursprünglich oder einen neuen Zweck verwendet werden können (RREUSE 2021).

Die öffentliche Hand führt im Sinne der VzW die Sammlungen von Alttextilien entweder in Eigenregie durch oder beauftragt Dritte (Korolkow 2015; McQuibban et al. 2021; Bernhardt et al. 2022). Während für die meisten Kommunen die Alttextilsammlung keine organisatorische Herausforderung darstellt, sind Prozesse wie die Sortierung und Verwertung aufwändiger und benötigen deshalb bei der Umsetzung entsprechendes Know-how (Neitsch 2022). Aus diesem Grund lagern die meisten Gemeinden diese Schritte aus (Neitsch 2022). Da der Großteil der Gemeinden in Österreich über keine eigene Sortieranlage verfügt, werden bei einer selbstständigen Sammlung die Alttextilien durch Ausschreibungen an Großhändler veräußert (Korolkow 2015; Neitsch 2022). Grundsätzlich bestehen für Kommunen und Abfallwirtschaftsverbände eine Vielzahl an Möglichkeiten, um die Wiederverwendung und VzW zu fördern. Die Autor:innen Zimmer et al. (2018) des deutschen Verbands kommunaler Unternehmen definieren vier Intensivitätsstufen betreffend der kommunalen Förderung von Wiederverwendungsinitiativen, die in der Tabelle 5 übersichtlich dargestellt sind. Wertstoffhöfe und Altstoffsammelzentren sind gleichbedeutend zu verstehen.

Tabelle 5: Intensivitätsstufen kommunaler Förderung von Wiederverwendungs- und VzW-Initiativen (Eigene Darstellung nach Zimmer et al. 2018, 16)

| Intensivitätsstufen                                                                                                                                                  | Initiativen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Einfache Intensivitätsstufe:</b><br>Kommune/AWV nicht selbst operativ tätig                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verweis auf vorhandene Wiederverwendungseinrichtungen (Repair-Cafés, Tauschbörsen); Aufforderung an Bürger:innen wiederverwendbare Produkte/Gegenstände diesen Einrichtungen zu übergeben</li> </ul>                                                                                                                                             |
| <b>Mittlere Intensivitätsstufe:</b><br>Kommune/AWV betreibt einfache Eigenaktivitäten                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durchführung von Sonderveranstaltungen (Tausch-, Verschenkmärkte); Förderung der Reparatur in Form von Repair-Cafés auf Wertstoffhöfen</li> <li>• Betreiben eigener Online-Tauschbörsen; Einrichtung von Tauschhäusern auf den Wertstoffhöfen</li> </ul>                                                                                         |
| <b>Hohe Intensivitätsstufe:</b><br>Zusammenarbeit des kommunalen Abfallwirtschaftsunternehmens mit Dritten, insbesondere Sozialbetrieben                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einbinden der Sozialbetriebe bereits bei der Erfassung der Abfälle/Produkte auf den kommunalen Wertstoffhöfen (Sofortprüfung der Wiederverwendbarkeit der Gegenstände)</li> <li>• Erfassung und Sortierung durch kommunale Unternehmen: separate Erfassung der re-use-fähigen Abfälle und Übergabe an Sozialbetriebe zur Aufbereitung</li> </ul> |
| <b>Höchste Intensivitätsstufe:</b><br>Kommunale Unternehmen/AWV führen gesamten operativen Tätigkeiten selbst durch. Tlw. Beauftragung kommunaler Tochterunternehmen | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfassung und Prüfung von gebrauchten Produkten; Vermarktung durch das kommunale Unternehmen in Form eines Gebrauchtwarenkaufhauses</li> </ul>                                                                                                                                                                                                   |

Im Folgenden werden drei kommunale Akteure aus Österreich vorgestellt, die Maßnahmen zur Wiederverwendung und VzW betreiben.

## 4.1 Magistratsabteilung 48 (MA 48) der Stadt Wien: 48er-Tandler

In der Bundeshauptstadt Wien leben insgesamt etwa 1,9 Millionen Menschen in 23 Gemeindebezirken, mit einer Bevölkerungsdichte von 4.657 EW/km<sup>2</sup> (Stadt Wien 2022; Statista 2022e). In der Stadt Wien ist die Magistratsabteilung 48 (MA 48) für die Bereiche Abfallwirtschaft, Straßenreinigung und Fuhrpark zuständig (Volk 2022). Insgesamt fielen in Wien im Jahr 2018 45.680 Tonnen an primären Textilabfällen an, 14 % reine Textilabfälle und 86 % in textilhaltigen festen Abfällen (Bernhardt et al. 2022). Rund 6.484 Tonnen Altkleider und Altschuhe wurden getrennt gesammelt, wovon ca. 4.794 Tonnen aus kommunaler Herkunft stammen und einem Pro-Kopf-Aufkommen von 2,53 kg entspricht (Bernhardt et al. 2022). Im darauffolgenden Jahr betrug das Wiener Alttextilaufkommen 4.980 Tonnen - 4.746 Tonnen stammen aus Haushalten und haushaltsähnlichen Einrichtungen (BAWP 2022).

### 4.1.1 Rahmenbedingungen

Die MA 48 besteht aus den Unterabteilungen Abteilungsleitung (Öffentlichkeitsarbeit, Außenbeziehungen & Veranstaltungen), Personal und Organisation, Finanzmanagement, Betrieb, Technik-Center, Personalvertretung und Abfallwirtschaft und Stoffstrommanagement (Stadt Wien s.a. g). Eine der abfallwirtschaftlichen Kernaufgaben ist die Abfallvermeidung und -beratung, weshalb das Konzept des Altwarenmarktes „48er-Tandler“ als Re-Use-Maßnahme ins Leben gerufen wurde (Volk 2022). Die Wiederverwendung war bereits vor dessen Einführung ein wichtiger Faktor im Abfallmanagement der MA 48, da bereits 1988 das Vorläufermodell „48er-Basar“ in Form eines Flohmarkts umgesetzt wurde (Volk 2022). Die Sammlung von Alttextilien erfolgte vor der Tandler-Einführung nicht selbstständig, sondern durch die Firma ÖPULA, die mit Kolping-Containern auf den Wiener Mistplätzen vertreten war (Volk 2022). Mittlerweile hat die MA 48 eine eigene Alttextilsammlung und neben dem 900-m<sup>2</sup>-großen 48er-Tandler im 5. Wiener Gemeindebezirk, einen zweiten Standort im 22. Wiener Gemeindebezirk eröffnet (Stadt Wien s.a. d; Stadt Wien s.a. e). Die Organisation und das Marketing des 48er-Tandlers, aber auch die Altwarensortierung, ist in der Unterabteilung Abfallwirtschaft und Stoffstrommanagement angesiedelt (Volk 2022). Im Aufgabenbereich der Straßenreinigung liegt das Betreiben und Instandhalten der Wiener Mistplätze und die Sammlung intakter Gebrauchtwaren (Volk 2022). Darüber hinaus ist der Bereich Fuhrpark für den Transport der gesammelten Altwaren von den Sammelorten zur Sortierung und weiter zum Verkaufsgeschäft zuständig und stellt Lenker:innen für Sammel- und Transporttätigkeiten zur Verfügung (Volk 2022).

### 4.1.2 Funktionsweise

Die Funktionsweise des 48er-Tandlers und die Wege der Alttextilien sind in der Abbildung 9 ersichtlich.

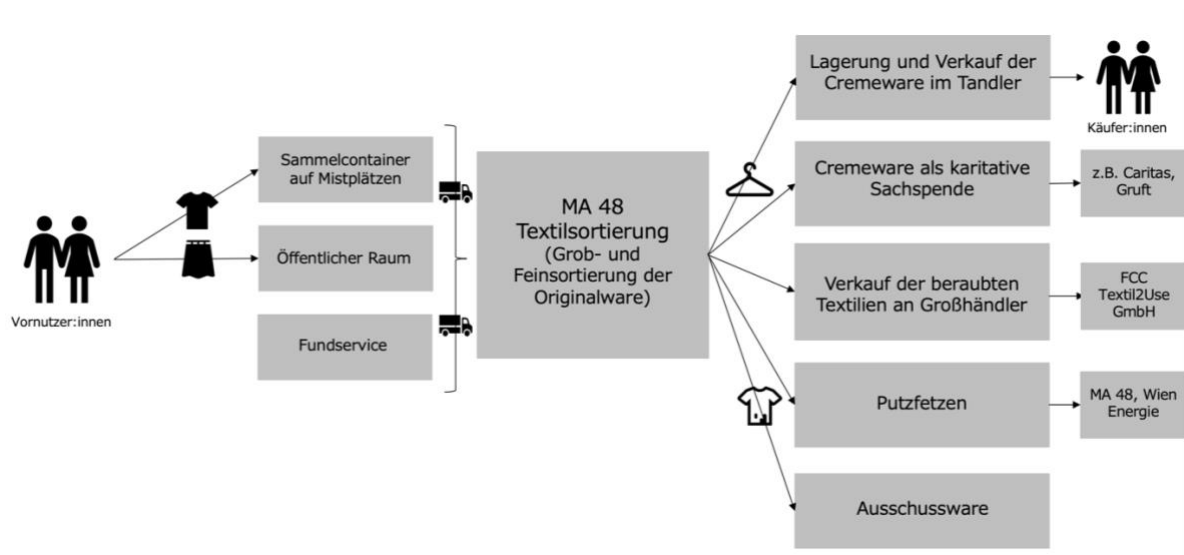


Abbildung 9: Grafische Darstellung der Wege der getrennt erfassten Alttextilien des kommunalen Akteurs MA 48 ausgehend von Vornutzer:innen (Eigene Darstellung nach Volk 2022)

Die Sammlung von funktionsfähigen Altwaren und sauberer Kleidung für den 48er-Tandler erfolgt auf drei Wegen: zwei bis sechs Sammelcontainer sind auf den Wiener Mistplätzen platziert, die MA 48 erhält nicht abgeholte Stücke aus dem Fundservice und Container sind an sechs öffentliche Standorte aufgestellt (Volk 2022). Vom Fundservice erhält die MA 48 vor allem verlorene Kleidungsstücke wie Schals, Taschen, Handschuhe und Jacken (Volk 2022). Die gesammelten Alttextilien werden von Fahrer:innen des Fuhrparks zwei- bis dreimal pro Woche in Paloxen - der Größe 1 m<sup>3</sup> - von den Mistplätzen und öffentlichen Räumen abgeholt und zum Standort der Altwarensortierung mit einer Fläche von 2.500 m<sup>2</sup> transportiert (Volk 2022). Eine Vorsortierung am Mistplatz erfolgt bei Textilien nicht, bei anderen Warengruppen durchaus (Volk 2022). Am Sortierstandort werden die Alttextilien mit Stapler auf Sortiertische gekippt und die Originalware von Mitarbeiter:innen in 40 verschiedene Sortierfraktionen und Schuhe getrennt (Volk 2022). Die Sortierung umfasst grundsätzlich Kategorien wie Bekleidung für Damen, Kinder, Herren sowie Sommer- und Winterware (Volk 2022). Aussortiert werden Unterwäsche, verschmutzte und kaputte Alttextilien (Volk 2022). Die sortierten Textilien werden in Paloxen gelagert und nach Bedarf vom 48er-Tandler bestellt und ausgeliefert (Volk 2022). Die Cremeware wird in den Shops verkauft oder als Sachspenden an karitative Einrichtungen wie die Caritas oder Gruft übergeben (Volk 2022; Tragler 2019). Der Großteil der Secondhandkleidung wird physisch im 48er-Tandler zu günstigen Preisen verkauft (Volk 2022). Hochwertige oder größere Altwaren werden online über die Plattform Willhaben zum Verkauf angeboten (Volk 2022). Der Rest der Alttextilien wird an das Abfallunternehmen FCC verkauft und exportiert (Volk 2022). Putzfetzen werden von der MA 48 behalten und selbstständig oder bei der Wien Energie einer Verwertung zugeführt (Volk 2022).

#### 4.1.3 Personal

Der gesamte Personalstamm der MA 48 umfasst ca. 3.000 Mitarbeiter:innen (Volk 2022). Für die Sammeltätigkeiten und den Transport stehen drei Mitarbeiter:innen des Fuhrparks mit drei Fahrzeugen zur Verfügung (Volk 2022). In der Altwarensortierung arbeiten zwölf Personen, wovon sich ca. zwei um die Textilsortierung kümmern und im 48er-Tandler sind sechs Mitarbeiter:innen für den Verkauf zuständig (Volk 2022).

#### 4.1.4 Sammelmengen und Sortiment

In Summe sammelt die MA 48 monatlich 1.000 Tonnen an Altwaren, wovon ca. 30 % Alttextilien ausmachen (Volk 2022). Die MA 48 kommt somit auf jährliche Alttextilsammelmengen von ca. 250 bis 300 Tonnen, wovon 10 % im Tandler vertrieben werden und der Rest der gut erhaltenen Alttextilien an Großkunden verkauft wird (Volk 2022). Die Ausschussrate liegt bei 0,5 % (Volk 2022). Das Warensortiment in den Tandlern umfasst eine breite Palette an Secondhandproduktgruppen wie saubere Kleidung (Damen, Herren, Kind), Schuhe, Accessoires, Spielwaren, Elektrogeräte, Bilder, Bücher, CDs, Küchenutensilien, Haushaltswaren, Sportartikel, Tierbedarf, Möbel, Lampen und Instrumente (Stadt Wien s.a. a; Stadt Wien s.a. b; Stadt Wien s.a. c; Volk 2022). Ausgenommen sind Hygieneartikel, Lebensmittel und defekte Waren (Volk 2022).

#### 4.1.5 Finanzierung

Die Preisgestaltung der Altwaren erfolgt in Anlehnung an Verkaufsstrategien anderer Re-Use-Betriebe und durch Erfahrungswerte der Mitarbeiter:innen (Volk 2022). Der Einfachheit halber gibt es Einheitspreise für T-Shirts oder Schals ähnlicher Qualität und Preisreduktionen bei Lagerware (Volk 2022). Bei besonders hochwertigen Kleidungsstücken oder Schuhen orientiert man sich am Neupreis und reduziert den Preis je nach Gebrauchszustand (Volk 2022). Die Stadt Wien, dadurch auch die MA 48, finanziert den 48er-Tandler und Abfallberatungsleistungen auf Veranstaltungen – die Finanzierung wird durch die Müllgebühr abgedeckt (Volk 2022). Die generierten Erlöse des Tandlers werden zur Gänze dem Wiener Tierheim „TierQuarTier“ gespendet (Volk 2022). Kosten fallen v.a. durch die Gehälter der Mitarbeiter:innen an, die laut Schätzungen der MA 48 in Summe bei € 40.000 pro Mitarbeiter:in und Jahr liegen (Volk 2022). Hinzu kommen Anschaffungskosten, die von der Expertin nicht genauer erläutert wurden, jedoch laut ihren Angaben nicht ins Gewicht fallen (Volk 2022). Eine Miete für die Shops ist nicht zu entrichten, da die Liegenschaften der Tandler im Besitz der MA 48 sind (Volk 2022).

#### 4.1.6 Marketing

Die Bewerbung des 48er-Tandlers erfolgt zum einen über mediale Pressearbeit und Kooperationen, zum anderen über klassische Marketingmaßnahmen, Fernseh- und Social-Media-Beiträge (Volk 2022). Grundsätzlich möchte man mit dem Konzept des 48er-Tandlers die gesamte Wiener Bevölkerung, unabhängig des Einkommens und sozialen Status erreichen (Volk 2022). Die MA 48 versucht ihre breite Zielgruppe durch kostenfreie Abfallvermeidungs-, Musik- und Kulturveranstaltungen zu locken (Volk 2022). Jährlich findet Ende September das Mistfest statt, bei dem der 48er-Tandler aktiv beworben wird (Volk 2022). Ebenso organisieren Abfallberater:innen vor Ort Bastelstunden und Workshops für Schulklassen und Kinder, um auch jüngere Generationen für die Wiederverwendung zu gewinnen (Volk 2022). Darüber hinaus wird regelmäßig ein Newsletter versendet, der auf aktuelle Angebote und Veranstaltungen hinweist (Volk 2022). Seit fünf Jahren gibt es eine Kooperation bzgl. Fahrzeugwerbung zwischen der MA 48 und den Wiener Linien, bei der eine Straßenbahn mit Werbung für den 48er-Tandler durch Wien fährt (Volk 2022). Vertreten ist der 48er-Tandler auch am Weihnachtsmarkt der Blumengärten Hirschstetten und bewirbt saisonabhängig Aktionen und Highlights wie Kostüme für Faschingsveranstaltungen oder Oster-Aktionswochen (Volk 2022). Das soziale Engagement der MA 48 umfasst finanzielle Spenden an ein österreichisches Tierheim und materielle Spenden an karitative Organisationen wie die Caritas, Ukraine-Hilfe, Gruft oder das Integrationshaus (Volk 2022).

#### 4.1.7 Business Model Canvas der MA 48

Das Organisationsmodell des Altwarenmarkts „48er-Tandler“, der von der MA 48 in Wien betrieben wird, ist in der Abbildung 10 auf seine neun Geschäftsmodellbausteine heruntergebrochen.

| Schlüsselaktivitäten                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Schlüsselpartner                                                                                                                      | Wertangebote                                                                                                                                                                   | Kundenbeziehungen                                                                                                                                      | Kundensegmente                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Sammlung intakter Altwaren und -textilien</li> <li>Alttextilsortierung in 40 Fraktionen</li> <li>Verkauf von Cremeware im Secondhandshop „48er-Tandler“</li> <li>Verkauf von beraubter Ware an textile Großhändler</li> <li>Sachspenden (Cremeware) für karitative Zwecke</li> <li>Öffentlichkeitsarbeit</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sozialökonomische Betriebe (DRZ)</li> <li>Unternehmen (Wien Energie, Wiener Linien)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Entgegennahme ungewollter und aussortierter Waren/Textilien</li> <li>Kostengünstiges Sortiment</li> <li>Seltene Einzelstücke</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Secondhandshops</li> <li>Veranstaltungen und Workshops</li> <li>Persönlicher Kontakt, Mundpropaganda</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Zielgruppe: Gesamtbevölkerung Wiens; Schulen</li> <li>Großhändler: FCC</li> <li>Karitative Organisationen: Gruft, TierQuarTier, Caritas</li> </ul> |
| Schlüsselressourcen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                       | Kanäle                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Sammelcontainer</li> <li>Transportfahrzeuge</li> <li>Personal</li> <li>Shop (900m<sup>2</sup>) &amp; Sortierflächen (2.500 m<sup>2</sup>)</li> </ul>                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Online: Social Media, Homepage, Newsletter</li> <li>Offline: Fahrzeugwerbung, TV, Presseaussendungen</li> </ul>                         |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                           |
| Kostenstruktur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                       | Einnahmequellen/Finanzierung                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Fixkosten (Personal)</li> <li>Anschaffungskosten</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Verkaufserlöse des 48er-Tandlers</li> <li>Verkaufserlöse der beraubten Ware</li> <li>Stadt Wien (Müllgebühren)</li> </ul>               |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                           |

Abbildung 10: Business Model Canvas für den kommunalen Akteur „Magistratsabteilung 48 (MA 48)“ der Stadt Wien, Betreiber des Altwarenmarkts „48er-Tandler“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011)

Schlüsselaktivitäten, um Re-Use und die VzW zu fördern, sind zunächst die Sammlung brauchbarer Alttextilien, die anschließende Sortierung in bis zu 40 Fraktionen, der Verkauf der Cremeware im eigenen Secondhandshop „48er-Tandler“ und Öffentlichkeitsarbeit. Nicht brauchbare, beraubte Ware (ohne Cremeware) wird an Großhändler verkauft oder bei Bedarf an gemeinnützige Organisationen gespendet. Bei der MA 48 ist der wichtigste Schlüsselpartner in erster Linie der sozialökonomische Betrieb DRZ, der jedoch bei Textilien keine Rolle spielt. Außerdem steht die MA 48 mit der Wien Energie betreffend Putzlappenverwertung und den Wiener Linien aus Werbezwecken in Kooperation. Für das Funktionieren des Organisationsmodells sind Sammelcontainer, Transportfahrzeuge, Personal (Fahrer:innen, Sortierer:innen und Shopverkäufer:innen) und die Verkaufs- und Sortierflächen die bedeutendsten Schlüsselressourcen. Das Wertversprechen ist zum einen die Übernahme nicht mehr benötigter Textilien bzw. Waren und zum anderen das Angebot von Gebrauchtwaren mit Qualitätsanspruch. Vorteile für Käufer:innen sind die Geldersparnis und der Seltenheitswert der Einzelstücke. Zu den genannten Vorteilen, die sich für die Kund:innen ergeben, kommen noch die quantitative Abfallvermeidung und Verlängerung der Tragedauer von Textilprodukten durch Re-Use und VzW hinzu. Die MA 48 tritt in persönlichen Kontakt mit Kund:innen im 48er-Tandler selbst und in Workshops mit Schulklassen. Auf kulturellen oder musikalischen Veranstaltungen wird ebenso versucht, Konsument:innen mit der Wiederverwendung vertraut zu machen und so in die Secondhandshops zu locken. Wichtige Kanäle zur Bekanntmachung sind auf jeden Fall Social-Media-Plattformen, die 48er-Tandler-Homepage und Newsletter, die über Angebote und Veranstaltungen aufklären sollen. Außerdem wird Werbung auf einer Straßenbahn der Wiener Linien geschaltet und TV-Beiträge veröffentlicht. Zielkund:innen sind die Bürger:innen Wiens, die zum Beispiel auf der Suche nach preiswerten Kleidungsstücken sind oder mit dem Kauf einen ökologischen und

sozialen Beitrag leisten wollen. Zweites Kundensegment ist der Großhändler FCC, der die restlichen Alttextilien kauft, die nicht in den Secondhandshops angeboten werden. Letzter wichtiger „Kunde“ sind die karitativen Einrichtungen, die Sach- oder Finanzspenden erhalten. Als anfallende Kosten sind in erster Linie die Personalkosten zu erwähnen, die den Großteil der finanziellen Aufwendungen ausmachen. Einkommensströme des Geschäftsmodells sind Kund:innen, die im Secondhandshop gebrauchte Waren zu unterschiedlichen Preisen erwerben, aber auch Großhändler. Die Stadt Wien und die Müllgebühren finanzieren das Konzept.

## 4.2 Die NÖ Umweltverbände und Land Niederösterreich: „So gut wie Neu“-Online-Plattform und -Box

In Niederösterreich leben insgesamt 1,68 Millionen Einwohner:innen in 573 Gemeinden, mit einer Besiedlungsdichte von 88 EW/km<sup>2</sup> (Land Niederösterreich 2021). Die niederösterreichische Abfallwirtschaft gliedert sich in 22 Abfallwirtschaftsverbände, drei verbandsähnliche städtische Einheiten und 14 verbandlose Gemeinden (Land Niederösterreich 2021). Insgesamt fielen in Niederösterreich im Jahr 2018 43.130 Tonnen primäre Textilabfälle an, zu 18 % als reine Textilabfälle und 82 % in textilhaltigen festen Abfällen (Bernhardt et al. 2022). Rund 7.540 Tonnen Altkleider & Altschuhe wurden im selben Jahr in NÖ getrennt gesammelt, wovon 6.011 Tonnen aus kommunaler Herkunft stammen - 3,59 kg pro Einwohner:in (Bernhardt et al. 2022). Im Jahr 2020 wurden in Niederösterreich kommunale Alttextilmengen von 6.093 Tonnen getrennt gesammelt, was einem Pro-Kopf-Aufkommen von 3,6 kg entspricht (Land Niederösterreich 2021).

### 4.2.1 Rahmenbedingungen

Im Jahr 1993 gründeten 22 Umweltverbände (559 Gemeinden) freiwillig den NÖ Abfallwirtschaftsverein, welcher mittlerweile den Namen „Die NÖ Umweltverbände“ trägt und als Dachorganisation 25 regionale Umweltverbände bzw. Abfallverbände vertritt (Die NÖ Umweltverbände s.a. a; Wachter 2022). Neben dem Land Niederösterreich sind auch die Landeshauptstadt St. Pölten, die Stadt Klosterneuburg und die Statutarstadt Krems Mitglied im NÖ Umweltverband (Die NÖ Umweltverbände s.a. a). Der Dachverband verkörpert zusammen mit dem Land Niederösterreich die abfallwirtschaftliche Vertretung aller Bezirke, ist für die Organisation und Kommunikation zwischen den Mitgliedsverbänden und mit dem Bund zuständig und betreibt Öffentlichkeitsarbeit (Die NÖ Umweltverbände s.a. a; Wachter 2022). Eine weitere zentrale Rolle spielt das Amt der niederösterreichischen Landesregierung als wirtschaftliches Planungsorgan, welches für die periodische Erstellung der Landesabfallwirtschaftspläne, Förderungen und die Darlegung von Daten und Fachmeinungen verantwortlich ist (Bartmann 2022). Der Verein wird nach den Statuten von dem Präsidenten, zwei Vizepräsidenten, acht Präsidiumsmitglieder und einem geschäftsführenden Präsidiumsmitglied geleitet (Die NÖ Umweltverbände s.a. a). Die Funktion des Geschäftsführers hat Herr Mag. Lorenz Wachter inne (Die NÖ Umweltverbände s.a. c).

Die Abfallvermeidung und Wiederverwendung nimmt in der NÖ Abfallwirtschaft ein zentrales Thema ein, da im NÖ Abfallwirtschaftsplan 2018 das Ziel „Steigerung von Re-Use bis 2024“ festgehalten ist (Die NÖ Umweltverbände s.a. a; Land Niederösterreich 2018; Land Niederösterreich 2021). Die einzelnen Abfallverbände arbeiten im Auftrag der zuständigen Gemeinden und übernehmen abfallwirtschaftliche Aufgaben, wie auch die Sammlung von Alttextilien (Wachter 2022). In welcher Form die Alttextilsammlung stattfindet, obliegt der Verantwortung der Abfallverbände (Wachter 2022). Die NÖ Abfallwirtschaft deckt mit der Online-Plattform „So gut wie Neu“, als auch mit der „So gut wie Neu“-Box die erste und zweite



Ebene der Abfallhierarchie ab (Wachter 2022; Bartmann 2022). Bereits im Jahr 2013 wurde die „So gut wie Neu“-Online-Plattform vom Land NÖ gemeinsam mit den NÖ Umweltverbänden ins Leben gerufen, um der lokalen Bevölkerung eine einfache und kostenlose Möglichkeit zu bieten, regionale Gebrauchsgüter abzugeben und zu erhalten (Land Niederösterreich 2018). Seit der Einführung konnten innerhalb der Kategorie Bekleidung insgesamt 1.809 Einträge gelistet werden (Die NÖ Umweltverbände 2022; Wachter 2022). Aktuell verzeichnet die Plattform 9.665 angemeldete Teilnehmer:innen und 11.864 Online-Einträge (Die NÖ Umweltverbände 2022). Obwohl die „So gut wie Neu“-Plattform seit Anfang des Jahres 2022 rund 20.000 bis 30.000 monatliche Aufrufe hat, sind die Zahlen im Vergleich zum Vorjahr rückläufig, mit einer Abnahme von 5,1 % (Die NÖ Umweltverbände 2022; Wachter 2022). Trotz des Rückgangs an Aufrufen und Einträgen in den letzten Jahren, planen die NÖ Umweltverbände die Plattform weiterzuführen, solange Bedarf vorhanden ist (Wachter 2022). Um langfristig konkurrenzfähig gegenüber Online-Plattformen wie Willhaben zu bleiben, müsste eine Weiterentwicklung durch eine Applikation erfolgen - was jedoch in naher Zukunft nicht geplant ist (Wachter 2022). Ein kürzlich initiiertes Pilotprojekt im Herbst 2021 stellen die „So gut wie Neu“-Boxen dar, die unter dem Motto „Ned wegghau! Weitergeben.“ in Kooperation mit den niederösterreichischen Soogut-Sozialmärkten, der NÖ Landesregierung und den NÖ Umweltverbänden umgesetzt wurden (Bartmann 2022). In der Pilotphase beteiligen sich die Verbände Amstetten, Bruck an der Leitha, Hollabrunn, Melk, Mistelbach, Neunkirchen, Scheibbs, St. Pölten Land und das Magistrat St. Pölten mit ausgewählten Sammelzentren, wobei eine Ausweitung auf weitere Regionen Niederösterreichs geplant ist (Land Niederösterreich 2021). Im weiteren Sinne soll auf Antrag der Landtagsdirektion im Jahr 2022 ein Konzept für Repair- und Re-Use-Cafés in allen niederösterreichischen Bezirken ausgearbeitet werden, um einen Beitrag zur Umsetzung der Kreislaufstrategie zu leisten (Landtag von Niederösterreich 2022).

#### 4.2.2 Funktionsweise

Die Sammlung und Verwertung von Alttextilien weist in Niederösterreich sehr differenzierte Strukturen auf, da die Ausgestaltung den Gemeinden bzw. Abfallverbänden selbst überlassen wird (Wachter 2022). Einige Verbände sammeln via Container bei Altstoffsammelzentren (ASZ), andere arbeiten mit karitativen oder privaten Unternehmen zusammen (Wachter 2022). Im letzteren Fall läuft die Vergabe der Sammeltätigkeiten bei Beträgen über € 100.000 nach dem Vergaberecht über öffentliche Ausschreibung, bei denen sich Organisationen bewerben können und die Art der Bezahlung – zum Beispiel Stellgebühr oder Beteiligung pro Tonne - festgelegt wird (Wachter 2022). Zum Beispiel können im Bezirk Melk Alttextilien in Säcken verpackt bei öffentlichen Sammelbehältern oder in Abgabeböden bei den Sammelzentren eingeworfen werden (GVU Melk s.a.). Im weiteren Schritt ist das Unternehmen Sunday für die Abholung der Alttextilien und den Transport zum Sortierwerk in Wiener Neustadt verantwortlich (GVU Melk s.a.). Die re-use-fähigen Textilien werden in österreichischen Secondhandshops verkauft und der Rest wird exportiert (GVU Melk s.a.). Im Vergleich dazu wird die Alttextilsammlung beim AV Schwechat seit 2003 von der sozialwirtschaftlichen Organisation „Volkshilfe Wien“ übernommen (AV Schwechat s.a.). Das Sammelnetz umfasst rund 90 Container, die auf Sammelinseln oder bei den Abfallsammelzentren aufgestellt sind (AV Schwechat s.a.). Die Containerentleerung erfolgt einmal wöchentlich durch Mitarbeiter:innen der Volkshilfe, die die erfasste Ware in ein Lager im 3. Wiener Gemeindebezirk bringt (AV Schwechat s.a.). Dort werden die Textilien gesichtet, überprüft und in A- (Cremeware) und B-Ware (altmodische Kleidung, Jeans mit kaputtem Zipf) sortiert (AV Schwechat s.a.). Während die A-Ware (20 %) zu günstigen Preisen in österreichische Secondhandshops kommt, wird die B-Ware (70 %) an osteuropäische Anlagen verkauft, wo die Kleidung geprüft, ggf. repariert und weiterverkauft wird (AV Schwechat s.a.). Außerdem übernimmt die Firma OMV Putzlappen, die aus minderwertigen Baumwoll-Haustextilien hergestellt wurden (AV Schwechat s.a.).

Auf der kostenlosen Online-Plattform „So gut wie Neu“ können Gebrauchsgegenstände, die funktionstüchtig sind, aber nicht mehr benötigt werden, im Sinne der Abfallvermeidung verkauft, verschenkt oder getauscht werden (Land Niederösterreich 2018; Die NÖ Umweltverbände 2018). Ziel ist es, Secondhandprodukte im Warenverkehr zu halten (Land Niederösterreich 2018; Die NÖ Umweltverbände 2018). Registrierte Nutzer:innen können über sogutwieneu.at als Anbieter:innen Anzeigen schalten oder als Interessenten auftreten und Bekleidung erwerben (Land Niederösterreich 2018; Die NÖ Umweltverbände 2018). Bevor die Artikel auf der Plattform veröffentlicht bzw. gelistet werden, erfolgen engmaschige Kontrollen durch die zuständigen Abfallberater:innen, die die Anzeigen auf ihre Richtigkeit überprüfen (Bartmann 2022). Die Transaktionen zwischen den Bürger:innen werden dokumentiert und mit Hilfe von Durchschnittsgewichten hochgerechnet (Wachter 2022). Außerdem wird seit 2017 ein „Reparaturführer“ als neues Serviceangebot online zur Verfügung gestellt, der Kontaktdaten von Reparaturbetrieben bereitstellt (Land Niederösterreich 2018; Die NÖ Umweltverbände 2018; Bartmann 2022).

Bei ausgewählten Altstoff- und Wertstoffzentren in Niederösterreich werden seit kurzem „So gut wie Neu“-Boxen aufgestellt, damit Bürger:innen nicht mehr benötigte Altwaren abgeben können, statt sie zu entsorgen (Bartmann 2022). Auf den Standorten werden die Gebrauchtwaren vorgesammelt, vom Personal begutachtet und nach ihrer Re-Use-Fähigkeit bewertet (Bartmann 2022). In regelmäßigen Intervallen besuchen Mitarbeiter:innen der „Soogut“-Märkte mit eigenen Sammelfahrzeugen die ASZ, prüfen die zu übernehmenden Altwaren und stellen anhand eines Re-Use-Leitfadens die Gebrauchsfähigkeit und in Folge dessen das Abfallende fest (Bartmann 2022). In einem nächsten Schritt werden die Secondhandprodukte in die Produktlager der Soogut-Märkte übernommen, zu den eigenen Shops transportiert und kostengünstig verkauft (Bartmann 2022). Die Abbildung 11 gibt einen zusammenfassenden Überblick über den Ablauf und die Wege von Gebrauchtkleidung bzw. Alttextilien in Niederösterreich.

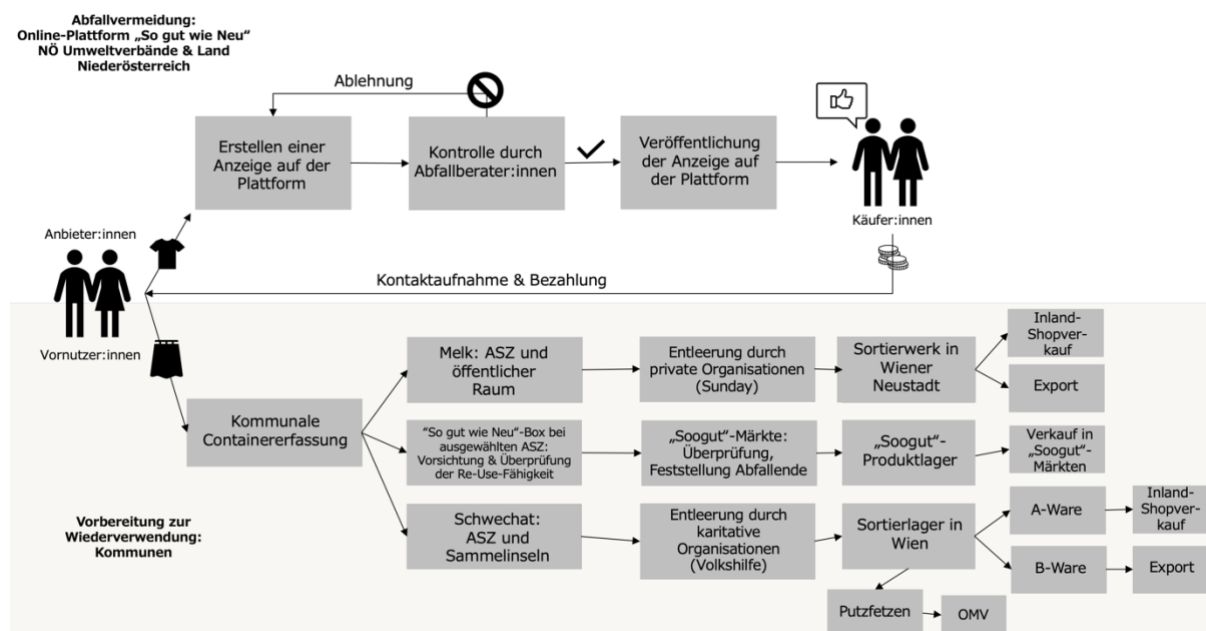


Abbildung 11: Wege in Niederösterreich ausgehend von Anbieter:innen/Vornutzer:innen der Gebrauchtkleidung auf der „So gut wie Neu“-Plattform (Abfallvermeidung) und getrennt erfassten Alttextilien (Vorbereitung zur Wiederverwendung) in der Kommune Melk, der „So gut wie Neu“-Boxen bei ausgewählten Altstoffsammelzentren (ASZ) und der Kommune Schwechat (Eigene Darstellung nach Wachter 2022; Bartmann 2022; GVV Melk s.a.; AV Schwechat s.a.)

### 4.2.3 Personal

Fixes Personal, das nur für die „So gut wie Neu“-Plattform zuständig ist, ist nicht vorhanden (Wachter 2022). Lediglich werden anfallende Aufgaben und Kontrollen von Abfallberater:innen im Rahmen ihrer Tätigkeiten und Öffentlichkeitsarbeiten übernommen (Wachter 2022). Das Pilotprojekt der „So gut wie Neu“-Boxen wird in Kooperation mit den Sogut-Märkten Niederösterreichs durchgeführt (Bartmann 2022). Vom Personal des ASZ erfolgt die Vorsichtung betreffend Re-Use-Fähigkeit (Bartmann 2022). Die Mitarbeiter:innen der Sogut-Märkte sind für das Feststellen des Abfallendes, den Transport und den Verkauf in den Sogut-Shops verantwortlich (Bartmann 2022).

### 4.2.4 Sammelmengen und Sortiment

Im Jahr 2021 konnten rund 280 Tonnen Altkleider beim Abfallverband Schwechat (AVS) gesammelt werden (AV Schwechat s.a.). Lediglich 10 % der Sammelware sind Abfälle, die entsorgt werden müssen (AV Schwechat s.a.). Beim AVS dürfen Schuhe, Bekleidung, Accessoires, Heim- und Haustextilien, Kleiderbügel, Spielsachen, Kinderbücher, Videokassetten, Stofftiere, Badematten und DVDs in die Altkleidercontainer eingeworfen werden (AV Schwechat s.a.). Im Bezirk Melk werden Altkleider, Haus- und Heimtextilien (Handtücher, Vorhänge), Unterwäsche, Bettfedern, Accessoires und Schuhe (paarweise zusammengeschnürt) gesammelt (GVU Melk s.a.).

Seit der Einführung der Online-Plattform „So gut wie Neu“ im Jahr 2013 konnten in einem Zeitraum von neun Jahren rund 11,5 Tonnen an Textilien einer Wiederverwendung zugeführt werden (Die NÖ Umweltverbände 2022; Wachter 2022). Das Online-Gebrauchtsortiment umfasst neben Bekleidung auch die Produktkategorien Möbel, Garten, Freizeit, Haus, Elektrogeräte, Haushalt, Musik, Zubehör, Computer, Einrichtung, Sport Fahrzeuge, Landwirtschaft, Werkzeuge und Bau (SoGutWieNeu 2022).

Durch die Re-Use-Boxen auf ausgewählten ASZ-Standorten sollen in erster Linie Sportgeräte, Fahrräder, kleine Möbelstücke oder Kinderspielzeuge gesammelt werden (Bartmann 2022; Land Niederösterreich 2021). Alttextilien können bei der Sammlung wahlweise erwünscht sein, abhängig davon, ob ein Abfallverband bereits Verträge bzw. Kooperationen mit anderen Akteur:innen vereinbart hat (Bartmann 2022).

### 4.2.5 Finanzierung

Die NÖ Umweltverbände finanzieren ihre Aktivitäten durch Mitgliedsbeiträge, Förderungen und eigene Einnahmen (Die NÖ Umweltverbände s.a. a). Die Finanzierung der Online-Plattform erfolgt durch die Gemeinden und die NÖ Umweltverbände, die den Service als Leistung ihrer Öffentlichkeitsarbeit anbieten (Wachter 2022). Die NÖ Umweltverbände erzielen dadurch keine Gewinne, sind jedoch, aus eigenen Angaben, nicht auf Einnahmen angewiesen (Wachter 2022). Die Plattform lässt sich in Bezug auf die Kosten als Selbstläufer charakterisieren, da sie nicht sehr wartungs- und ressourcenintensiv ist und die Instandhaltung somit ohne viel Aufwand verläuft (Wachter 2022). Lediglich fallen in einem geringen Ausmaß Betriebs- und Personalkosten an (Wachter 2022). Die Bewerbung von Umweltthemen, zum Beispiel über Social Media, wird über das interne Medienbudget finanziert (Wachter 2022).

## 4.2.6 Marketing

Durch eine übersichtliche und einfache grafische Gestaltung soll die Online-Plattform „So gut wie neu“ für alle Altersgruppen gleichermaßen zugänglich sein und dadurch für jeden und jede einen Mehrwert bieten (Land Niederösterreich 2018). Der Internetdienst steht jedoch ausschließlich niederösterreichischen Bürger:innen zur Verfügung (Bartmann 2022). Die Einschränkung wurde festgelegt, um eine sichere und regionale Herkunft der Anbieter:innen gewährleisten zu können (Die NÖ Umweltverbände s.a. b). Die NÖ Umweltverbände versuchen durch einen Maßnahmenmix die Bevölkerung auf die Plattform aufmerksam zu machen: beispielsweise kommunizieren Mitgliedsverbände den Service in ihren Verbandszeitschriften, bei den ASZ oder über Social-Media-Kanäle (Wachter 2022). Aktuell wurden die Werbemaßnahmen auf ein Minimum reduziert (Bartmann 2022). Eine bewusstseinsbildende Maßnahme wurde kürzlich von den NÖ Umweltverbänden in Form eines Klimafolders für Jugendliche umgesetzt, welcher über die Bürgermeister:innen u.a. in Schulen verteilt wurde (Wachter 2022). Darin stellt Re-Use neben anderen Thematiken einen Schwerpunkt dar (Wachter 2022). Unter dem Motto „Wiederverwenden statt Wegwerfen“ wird an junge Erwachsene appelliert, Konsumgüter oder Secondhandware möglichst lange zu nutzen, weniger Kleidung zu kaufen sowie beim Kaufprozess heimischen Produkten und Produzenten den Vorzug zu gewähren (Wachter 2022). Zudem laufen diverse Bildungsprogramme in Schulen zum Thema Ressourcenschonung und Mülltrennung ab, bei denen Abfallberater:innen in Volksschulen zumindest einmal alle vier Jahre Aufklärung betreiben (Wachter 2022). Ziel ist es, Kindern Möglichkeiten zu bieten sich langfristig nachhaltige Verhaltensweisen anzueignen und den Re-Use-Gedanken bereits in jungen Jahren zu entwickeln (Wachter 2022). Die Soogut-Sozialmärkte sind nur für einkommensschwache Personengruppen wie Student:innen, Zivildienstler:innen oder Personen, die anhand des Soogut-Einkaufspasses bestätigen können, dass sie zum Beispiel als Einpersonenhaushalt über ein Netto-Einkommen von max. € 1.328 verfügen, zugänglich (Bartmann 2022; Soogut 2022). Im Gegensatz stehen die Soogut-Secondhandboutiquen jedermann und jederfrau zum Einkaufen offen (Bartmann 2022).

## 4.2.7 Business Model Canvas der NÖ Umweltverbände

Das Organisationsmodell der „So gut wie neu“-Plattform, die von den NÖ Umweltverbänden und der Landesregierung in NÖ betrieben wird, ist in der Abbildung 12 auf die neun Geschäftsmodellbausteine vereinfacht.

Schlüsselaktivitäten der NÖ Umweltverbände sind grundsätzlich die Koordination und Organisation der Abfallverbände sowie die Öffentlichkeitsarbeit zur Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung der Bevölkerung zu abfallrelevanten Thematiken. Um Re-Use und die VzW in NÖ zu fördern, sind das Betreiben einer Online-Plattform für Gebrauchsgüter und die geplante landesweite Einführung der „So gut wie Neu“-Boxen auf Altstoffsammelzentren zu nennen. Für die NÖ Umweltverbände wurden die Abfallverbände und Gemeinden, das Amt der NÖ Landesregierung und Sozialbetriebe als Schlüsselpartner identifiziert. Für das Funktionieren des Organisationsmodells sind der Server der Plattform, die entsprechenden Erhaltungsmaßnahmen, das Personal (Abfallberater:innen, ASZ-Mitarbeiter:innen) als Kontrollorgane und die Sammelboxen erforderlich (Schlüsselressourcen). Das Wertangebot beinhaltet das Bereitstellen einer Online-Plattform, die Käufer:innen und Verkäufer:innen von Gebrauchsgütern zusammenbringt. Vorteile für Käufer:innen sind die Geldersparnis, der Seltenheitswert der Einzelstücke und die Sicherheit, dass nur seriöse und regionale Angebote veröffentlicht werden dürfen. Zusätzlich werden Partnerbetriebe, die Reparaturdienstleistungen anbieten, auf der Plattform mitgelistet.

|                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                 |                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Schlüsselaktivitäten</b><br>Koordination der Verbände in NÖ<br>Öffentlichkeitsarbeit: Bewusstseinsbildung & Sensibilisierung<br>Betreiben einer Online-Plattform für Gebrauchtwaren<br>Kooperationsprojekt „So gut wie Neu“-Box | <b>Schlüsselpartner</b><br>Verbände/Gemeinden<br>Landesregierung NÖ<br>Sozialbetriebe (Soogut-Märkte NÖ)<br><br><b>Schlüsselressourcen</b><br>Server<br>Erhaltungsmaßnahmen<br>Abfallberater:innen<br>„So gut wie Neu“-Boxen | <b>Wertangebote</b><br>Plattform zur Wiederverwendung von regionalen Gebrauchtwaren<br>Sichere und seriöse Angebotslistung<br>Reparaturführer<br>Abgabemöglichkeit für Altwaren bei den ASZ | <b>Kundenbeziehungen</b><br>Workshops<br>ASZ<br>Persönlicher Kontakt<br><br><b>Kanäle</b><br>Online: Social Media, Homepage<br>Offline: Folder, Verbandszeitung | <b>Kundensegmente</b><br>Zielgruppe: Gesamtbevölkerung Niederösterreichs; Bildungseinrichtungen |
| <b>Kostenstruktur</b><br>Gehalt der Abfallberater:innen<br>Betriebskosten<br>Öffentlichkeitsarbeit                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                              | <b>Einnahmequellen/Finanzierung</b><br>Keine Einnahmen über die Plattform<br>Finanzierung durch Kommunen/Öffentlichkeitsarbeit: Förderungen, Mitgliedsbeiträge, andere Einnahmen            |                                                                                                                                                                 |                                                                                                 |

Abbildung 12: Business Model Canvas für den kommunalen Akteur „Die NÖ Umweltverbände“, Betreiber der „So gut wie neu“-Plattform (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011)

Beim Kooperationsprojekt mit den Soogut-Märkten werden bei den ASZ kommunale Abgabemöglichkeiten für Altwaren geschaffen. Die Abfallberater:innen der NÖ Umweltverbände treten in persönlichen Kontakt mit Kindern und Jugendlichen durch Workshops in Bildungseinrichtungen. Bei den ASZ wird ebenso versucht Bürger:innen mit der Wiederverwendung vertraut zu machen. Wichtige Online-Kanäle zur Bekanntmachung sind auf jeden Fall Social-Media-Plattformen und die Homepage. Außerdem wird Re-Use von den NÖ Umweltverbänden in selbst gestalteten Foldern und von Gemeinden in lokalen Verbandszeitungen thematisiert. Die Zielgruppe sind die Bürger:innen Niederösterreichs, die gebrauchte Waren verkaufen, kaufen oder abgeben wollen. Als anfallende Kosten sind in erster Linie die Personalkosten der Abfallberater:innen zu erwähnen. Zudem fallen Betriebskosten und Kosten für die Öffentlichkeitsarbeiten an. Einnahmen erzielen die NÖ Umweltverbände mit den Re-Use-Initiativen keine. Finanziert werden die Plattform und andere Re-Use-Konzepte durch die Verbände/Kommunen und Förderungen vom Land NÖ.

### 4.3 Burgenländischer Müllverband (BMV): Re-Use-Netzwerk Burgenland

Im Burgenland leben insgesamt 297.583 Menschen in neun politischen Bezirken, mit einer Besiedlungsdichte von 75 EW/km<sup>2</sup> (Burgenland 2022). Insgesamt fielen im Burgenland im Jahr 2018 10.017 Tonnen primäre Textilabfälle an, zu 48 % als reine Textilabfälle und zu 52 % in textilhaltigen festen Abfällen (Bernhardt et al. 2022). Im selben Jahr wurden rund 2.230 Tonnen an Altkleidern & Altschuhen getrennt gesammelt, wovon ca. 1.631 Tonnen kommunaler Herkunft entstammten (Bernhardt et al. 2022). Dies entspricht einem Pro-Kopf-Aufkommen von 5,57 kg pro Einwohner:in (Bernhardt et al. 2022). Im darauffolgenden Jahr betrug das Alttextilaufkommen aus Haushalten und haushaltsähnlichen Einrichtungen 1.687 Tonnen (BAWP 2022). Der BMV bildet gemeinsam mit der Tochtergesellschaft „Umweltdienst Burgenland (UDB) GmbH“ eine Unternehmensgruppe und verkörpert die kommunale Abfallwirtschaft des Burgenlands (BMV 2020).

### 4.3.1 Rahmenbedingungen

Der Burgenländische Müllverband (BMV) wurde im Jahr 1980 als Zusammenschluss aller 171 Gemeinden gegründet, um eine landesweit einheitliche und flächendeckende Abfallbewirtschaftung zu gewährleisten (BMV s.a. a; BMV, s.a. b.; BMV 2020). Die Kommunen haben durch das Burgenländische Abfallwirtschaftsgesetz die Aufgabe der Abfallbeseitigung dem BMV übergeben (BMV 2020). Die Organe des BMV sind die Verbandsversammlung, welche sich aus Vertreter:innen aller Gemeinden zusammen setzt, der Verbandsvorstand, die Obmänner sowie die Geschäftsführung (BMV 2020). Die Abfallwirtschaft sowie die Abfallberatung und Öffentlichkeitsarbeit sind der Geschäftsführung unterstellt (BMV 2020).

Die operativen Tätigkeiten wie die Sammlung, der Transport und die Behandlung von Siedlungsabfällen aus privaten Haushalten und Gemeinden sowie der Deponiebetrieb werden durch den BMV bzw. die UDB durchgeführt (BMV 2020; Schlögl 2022). Der BMV ist für die strategische Ausrichtung, Ausarbeitung abfallwirtschaftlicher Ziele, Leistungsvergaben, Finanzierung, Beitragsvorschreibung, Tarifpolitik und behördliche Zusammenarbeit zuständig (BMV 2020). Ebenso steht der BMV mit privaten Entsorgern (Gewerbeabfälle) und karitativen Organisationen in Verbindung (Schlögl 2022). Neben den abfallwirtschaftlichen Kernkompetenzen rücken gesellschaftspolitische Themen wie Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Daseinsvorsorge immer mehr ins Zentrum der Aufmerksamkeit des BMVs (BMV 2020). Infolgedessen wurde auf Ebene der VzW vom BMV im Jahr 2016 unter dem Motto „Wiederverwenden statt wegwerfen!“ das Re-Use-Netzwerk Burgenland auf Vereinsbasis gegründet (BMV 2020; BMV s.a. c). Der BMV tritt als Impulsgeber in die Rolle des Koordinators und unterstützt Re-Use-Partner beim Aufbau des Netzwerkes, bei der Öffentlichkeitsarbeit, der Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, Abfallbilanzen und abfallrechtlichen Bewilligungen betreffend Sammlung und Behandlung (BMV 2020). Das Ziel der Umsetzung war es, aktiven Netzwerkaufbau zu betreiben und dafür die vorhandenen Strukturen der karitativen Sozialbetriebe zu nutzen (BMV 2020; Schlögl 2022). Außerdem wurden die Markenentwicklung vorangetrieben, Qualitätskriterien festgelegt und die Re-Use-Boxen eingeführt (BMV 2020). Im gesamten Burgenland wurden auch Re-Use-Übernahmetage bzw. Hausabholungen etabliert sowie Reparaturzentren und Verkaufsgeschäfte eröffnet (BMV 2016). Bis 2023 hat sich der BMV weitere Ziele gesetzt, wie mehr Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und Re-Use-Partner bei den Sammeltagen und Aktionswochen zu unterstützen (BMV 2020).

### 4.3.2 Funktionsweise

Der BMV führt keine operativen Sammelaktivitäten betreffend Alttextilien aus (Schlögl 2022). Im Burgenland ist für die getrennte Sammlung von Alttextilien auf VzW-Ebene das Rote Kreuz Burgenland (RKB) in Zusammenarbeit mit der Firma ÖPULA Rohstoff-Recycling GmbH zuständig (BMV s.a. a). Grund für die Kooperation ist der hohe Personalaufwand in der Sortierung und Verwaltung auf Seiten des Roten Kreuzes (ORF Burgenland 2021). Insgesamt gibt es ein flächendeckendes Sammelnetz von über 400 Altkleidercontainern (Rotes Kreuz Burgenland s.a.; ORF Burgenland 2021). Die Sammlung und Entleerung wird von ÖPULA durchgeführt und die Alttextilien zum Sammelpunkt in Gerasdorf bei Wien verbracht (ORF Burgenland 2021). Die re-use-fähige Kleidung wird an afrikanische Großhändler verkauft, die diese an kleine Händler weiterverkaufen (ORF Burgenland 2021). Intakte Bekleidungsstücke kommen teilweise der Katastrophenhilfe zugute, nicht mehr verwendbare Textilien werden stofflich zu Putzlappen oder Dämmmaterial verwertet (BMV s.a. a).

Die Sammlung auf Abfallvermeidungsebene findet im Burgenland durch Re-Use-Partner des BMVs statt (Schlögl 2022). Altwaren können direkt in den Shops der Partner oder an angekündigten Sammeltagen abgegeben werden (Schlögl 2022). Der Bevölkerung stehen



außerdem Re-Use-Boxen flächendeckend zur Verfügung, mit der nicht mehr benötigte, aber wiederverwendbare Waren und Textilien gesammelt werden können (BMV 2016; Schlögl 2022). Bürger:innen haben die Möglichkeit die leeren Re-Use-Boxen kostenlos in Re-Use-Shops abzuholen und zu Hause mit re-use-fähigen T-Shirts und Co. zu befüllen (siehe Abbildung 13) (BMV s.a. c).



Abbildung 13: Faltbare und verschließbare Re-Use-Box aus Karton des BMVs (BMV s.a. c, s.p.)

Die befüllten Karton-Boxen können in ausgewählten Partnershops abgegeben werden, wo die Re-Use-Waren gesichtet, gereinigt und sortiert werden (Schlögl 2022; BMV s.a. c). Die Sortierung läuft nach Kriterien wie Saison und Bekleidung für Erwachsene oder Kinder ab (Schlögl 2022). Abschließend werden die Textilien zu günstigen Preisen in physischen Secondhandgeschäften oder Online-Shops verkauft (BMV s.a. c; Schlögl 2022). Im Burgenland gibt es Übernahmestellen bei folgenden Netzwerkpartnern: im sozialökonomischen Betrieb Koryphäen in Neusiedl am See, im Carla-Shop der Caritas in Eisenstadt und Oberwart, im Bildungs- und Beschäftigungszentrum Burgenland (BBZ) in Rudersdorf, im sozial-ökologischen Betrieb Iduna Warenhaus in Jennersdorf, im ReSi-Shop in Pöttelsdorf, in der Schatzgrube der Volkshilfe Burgenland in Großpetersdorf und im gemeinnützigen Beschäftigungsprojekt „Mein Laden“ in Mattersburg (BMV s.a. d; Caritas Burgenland s.a.). Zusätzlich kann Gebrauchtkleidung beim Sammelzentrum (SZ) Golls, SZ Föllig, im Abfall-Logistik-Center Süd und in der BMV/UDB-Zentrale in Oberpullendorf abgegeben werden (BMV s.a. d). Damit der Verband und das Re-Use-Netzwerk funktionieren sind Öffentlichkeitsarbeit, flächendeckende Strukturen und Basisfinanzierungen von zentraler Entscheidung (Schlögl 2022).

Die Sortierung erfolgt z. B. im Iduna-Warenhaus durch Mitarbeiterinnen, die jedes einzelne Kleidungsstück auf Mängel oder Verunreinigungen prüfen, bepreisen und zum Verkauf anbieten (Iduna s.a.). Nicht benötigte Saisonware wird in einem eigenen Lager verstaut (Mein Laden s.a.). Im Vergleich bietet die Schatzgrube auch einen Online-Shop an, bei dem Bekleidung unterschiedlichster Art zum Verkauf angeboten wird (Schatzgrube s.a.). Die Kooperation des BMVs mit sozialökonomischen Einrichtungen führt dazu, dass Ressourcenschonung betrieben wird, indem gebrauchte Waren und Textilien in den Kreislauf zurückgeführt und vor der Entsorgung bewahrt werden (BMV s.a. d). Die Netzwerkpartner verfolgen neben ökologischen, auch sozialgesellschaftliche Ziele, um einen Beitrag zur Reintegration von Langzeitarbeitslosen am Arbeitsmarkt zu leisten sowie Einkaufsmöglichkeiten für einkommensschwache Bürger:innen zu schaffen (Mein Laden s.a.; Schatzgrube s.a.; Iduna Warenhaus s.a.).

Der Ablauf bzw. die Wege der Kleiderspendsen und Alttextilien im Burgenland sind in der Abbildung 14 dargestellt.

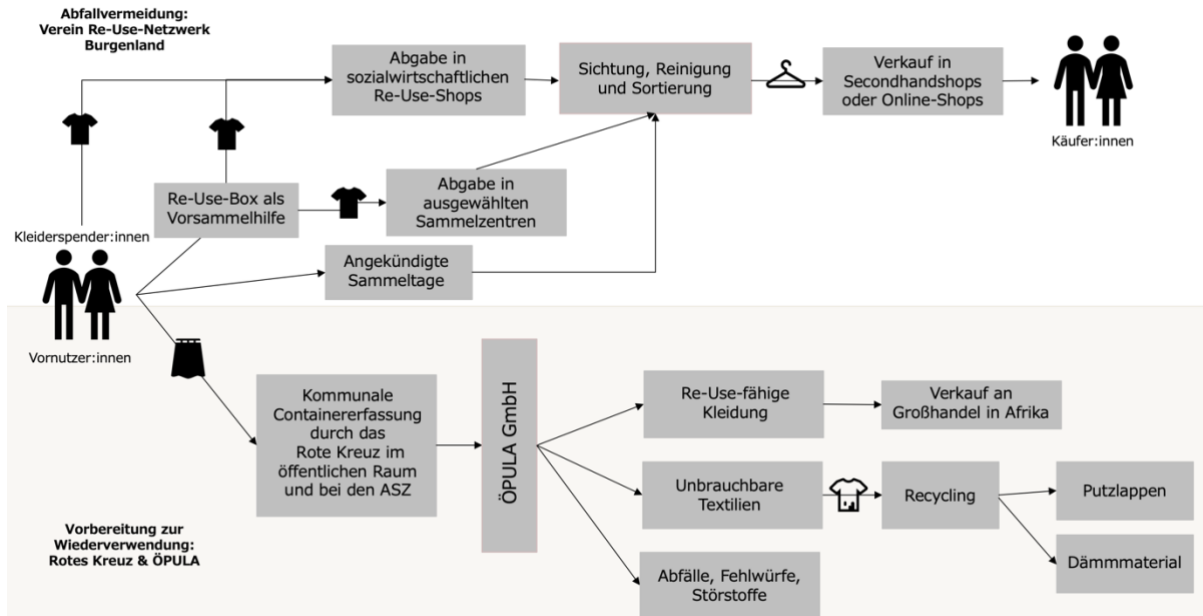


Abbildung 14: Wege der Kleiderspenden (Abfallvermeidung) und getrennt erfassten Alttextilien (Vorbereitung zur Wiederverwendung) im Burgenland durch das Re-Use-Netzwerk Burgenland und das Rote Kreuz (Eigene Darstellung nach ORF Burgenland 2021; Schlögl 2022; BMV s.a. a; BMV s.a. c; Rotes Kreuz Burgenland s.a.)

### 4.3.3 Personal

Der BMV beschäftigt 18 Mitarbeiter:innen, wovon 12 Personen im Büro tätig sind und sechs Personen Aufgaben der Abfallberatung übernehmen (BMV 2020). In den Netzwerk-Organisationen werden Langzeitbeschäftigungslose und schwer vermittelbare Männer und Frauen unbefristet oder befristet als Transitarbeitskraft angestellt (Mein Laden s.a.; Iduna s.a.). Im Rahmen des Dienstverhältnisses werden die Arbeitskräfte eingeschult und sozialpädagogisch begleitet, um sich in weiterer Folge langfristig und selbstsicher am Arbeitsmarkt behaupten zu können (Mein Laden s.a.). Beispielsweise werden in dem sozialökonomischen Betrieb „Die Schatzgrube“ in Kooperation mit dem AMS bis zu sieben Personen Arbeitsplätze angeboten (Schatzgrube s.a.). Im Vergleich liegt der Fokus des sozial-ökologischen Betriebs Iduna bei der Schaffung von regionalen und unbefristeten Arbeitsverhältnissen für langzeitarbeitslose Frauen, die älter als 50 Jahre sind (Iduna s.a.). Im gemeinnützigen Beschäftigungsprojekt „Mein Laden“ werden Langzeitarbeitslose in einem regulären Arbeitsverhältnis maximal ein Jahr beschäftigt (Mein Laden s.a.). Das Team des Projekts setzt sich aus fünf Schlüsselarbeitskräften und bis zu zehn Transitarbeitskräften zusammen (Mein Laden s.a.).

### 4.3.4 Sammelmengen und Sortiment

Durch die getrennte Alttextilsammlung des Roten Kreuzes Burgenland und ÖPULA können jährlich rund 800 bis 1.000 Tonnen im Burgenland erfasst werden (BMV s.a. a; ORF Burgenland 2021). In die Container dürfen saubere Bekleidung für Damen, Herren und Kinder sowie Unterwäsche, Haus- und Heimtextilien, Bettfedern im Inlet, Decken aus Wolle und Schuhe eingeworfen werden (Rotes Kreuz Burgenland s.a.). Ungefähr die Hälfte der Sammelware ist wiederverwendbar, 30 % werden zu Putzlappen und 10 % zu Dämmmaterial stofflich verwertet und 10 % sind Textilabfälle (ORF Burgenland 2021). Das Sortiment des Re-Use-Netzwerkes umfasst eine breite Palette an Secondhandprodukten wie saubere Bekleidungs- und Haushaltstextilien, Elektronikkleingeräte, Geschirr, Hausrat, Sportgeräte



und Spielzeug (BMV s.a. c). Mit Fokus auf Textilien sind beispielsweise intakte Kinder-, Herren- und Damenkleidung, Schuhe und Haushaltstextilien wie Bettwäsche, Handtücher und Tischtücher erwünscht (BMV s.a. c).

#### 4.3.5 Finanzierung

Das Rote Kreuz Burgenland erhält aus den Umsätzen der von ÖPULA verkauften Alttextilien einen jährlichen Fixbetrag (ORF Burgenland 2021). Dieser betrug im Jahr 2019 50.000 Euro, womit das Rote Kreuz Burgenland den eigenen Rettungsdienst finanziert hat (ORF Burgenland 2021). Die Netzwerkpartner:innen des Re-Use-Netzwerkes werden vom AMS Burgenland und Land Burgenland gefördert (Mein Laden s.a., Schatzgrube s.a.). Jedem Partner stehen durch den Altwarenverkauf seine eigenen Mittel zur Verfügung (Schlögl 2022). Die Re-Use-Tätigkeiten werden teilweise auch über EU-Projekte und die Öffentlichkeitsarbeit durch Gebühren des BMVs finanziert (Schlögl 2022).

#### 4.3.6 Marketing

Die Öffentlichkeitsarbeit und Abfallberatung werden beim BMV von einer eigenen Abteilung mit Unterstützung des Amts der Burgenländischen Landesregierung (Abteilung 9 - Wasser- und Abfallwirtschaft) durchgeführt (BMV 2020). Bewusstseinsbildende Maßnahmen wie Werbeeinschaltungen, Inserate oder PR-Schaltungen werden über die Medien Radio, Print oder das Internet geschaltet (Schlögl 2022). Die wichtigsten Kommunikationsmittel sind Infomaterialien (Müllratgeber, Müllgazette), die eigene Homepage ([www.bmv.at](http://www.bmv.at)) und das kostenfreie Mülltelefon (BMV 2020). Darüber hinaus finden zur Sensibilisierung zielgruppenspezifische Beratungen, Vorträge, Veranstaltungen, Infokampagnen und Schulungen statt, um den Menschen Themen wie die qualitative und quantitative Abfallvermeidung sowie die Abfalltrennung näher zu bringen (BMV 2020; Schlögl 2022). Der BMV erstellt außerdem Inseratenkampagnen, um auf die Re-Use-Thematik aufmerksam zu machen (Schlögl 2022). Die Zielgruppe der Re-Use-Shops der Netzwerkpartner bildet die gesamte burgenländische Bevölkerung, die von einkommensschwachen Personen bis zu Schnäppchenjäger:innen und nachhaltig lebende Personengruppen reicht (Mein Laden s.a.; Schatzgrube s.a.). Zudem soll beim Projekt „Mein Laden“ ebenso jüngere Menschen erreicht werden (Mein Laden s.a.).

#### 4.3.7 Business Model Canvas des Burgenländischen Müllverbands (BMV)

Das Organisationsmodell des Re-Use-Netzwerkes Burgenlands, das vom Burgenländischen Müllverband im Burgenland aufgebaut wurde, ist in der Abbildung 15 auf seine neun Geschäftsmodellbausteine heruntergebrochen.

Schlüsselaktivitäten des BMVs bzw. Re-Use-Netzwerkes Burgenland sind aktive Koordinations- und Unterstützungsarbeit der sozialwirtschaftlichen Mitgliedsbetriebe sowie Öffentlichkeitsarbeit zur Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung der Bevölkerung. Um Re-Use zu fördern, hat der BMV die kommunale Sammlung von Alttextilien an das Rote Kreuz Burgenland (VzW) und an die Re-Use-Betriebe vergeben. Die wichtigsten Schlüsselpartner des BMVs sind demnach in erster Linie das Rote Kreuz Burgenland und die sozialwirtschaftlichen Partnerbetriebe, die die Übernahme, Sortierung und den Verkauf der Gebrauchsgüter organisieren. Zusätzliche Schlüsselpartner sind die einzelnen Kommunen. Für das Funktionieren des Netzwerkes sind Basisfinanzierungen, Öffentlichkeitsarbeit, bestehende Strukturen der Sozialbetriebe und die Re-Use-Box die bedeutendsten Schlüsselressourcen.

|                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                            |                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Schlüsselaktivitäten</b><br>Netzwerk-Koordination<br>Öffentlichkeitsarbeit: Bewusstseinsbildung & Sensibilisierung<br>Unterstützung der Partner bei Sammlungs-/Behandlungsbewilligungen | <b>Schlüsselpartner</b><br>Netzwerkpartner (karitative Organisationen, Sozialbetriebe)<br>Gemeinden<br>Rotes Kreuz<br><br><b>Schlüsselressourcen</b><br>Öffentlichkeitsarbeit<br>Basisfinanzierungen<br>Bestehende Strukturen<br>Re-Use-Box | <b>Werteangebote</b><br>Vernetzung und Unterstützung sozialwirtschaftlicher Re-Use-Betriebe<br>Abfallvermeidung & Vorbereitung zur Wiederverwendung<br>Re-Use-Box als Vorsammelhilfe | <b>Kundenbeziehungen</b><br>Persönliche Unterstützung der Partner<br>Veranstaltungen, Vorträge, Schulungen<br><br><b>Kanäle</b><br>Online: Homepage<br>Offline: Radio, Printmedien, Inserate, Müllratgeber | <b>Kundensegmente</b><br>Zielgruppe der Netzwerkpartner: Gesamtbevölkerung Burgenlands |
| <b>Kostenstruktur</b><br>Personal- und Betriebskosten<br>Büromaterialien, Öffentlichkeitsarbeit, Give-aways                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Einnahmequellen/Finanzierung</b><br>Partner verfügen über eigene Mittel<br>Öffentlichkeitsarbeit durch Gebühren des BMVs finanziert<br>EU-Projekte                                |                                                                                                                                                                                                            |                                                                                        |

Abbildung 15: Business Model Canvas für den kommunalen Akteur „BMV“, Impulsgeber und Koordinator des Vereins „Re-Use-Netzwerk Burgenland“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011)

Das Werteangebot des BMVs beinhaltet den Aufbau und die Koordinierung eines Re-Use-Netzwerkes, in dem sich sozialwirtschaftliche Re-Use-Betriebe vernetzen können. Der Vorteil für die Netzwerkpartner ist die Unterstützung von Seiten des BMVs bei Sammeltagen und der Öffentlichkeitsarbeit. Außerdem konnte vom BMV die Re-Use-Box als Vorsammelhilfe für Bürger:innen eingeführt werden. Auf Veranstaltungen und Vorträgen wird ebenso versucht, die Bevölkerung mit dem Netzwerk und den Re-Use-Initiativen vertraut zu machen. Wichtige Kanäle zur Bewusstseinsbildung und Bekanntmachung sind die eigene Homepage und die Partnerwebseiten im Internet. Offline werden PR-Anzeigen, Werbung im Radio oder Inserate in Printmedien geschaltet. Zielkundensegment ist die burgenländische Bevölkerung, die preiswert, sozial und nachhaltig einkaufen möchte. Die hauptsächlichen Kosten vom BMV für die Netzwerkpflge liegen in der Öffentlichkeitsarbeit. Der BMV an sich hat in erster Linie Fixkosten, wie Personal und Betriebsmittel, und variable Kosten, wie Büromaterialien und Give-aways. Einnahmen erzielt der BMV durch EU-Projekte und Abfallgebühren, womit die Öffentlichkeitsarbeit finanziert wird. Die Verkaufserlöse der Gebrauchtwaren verbleiben bei den Re-Use-Betrieben, wodurch sie über eigene finanzielle Mittel verfügen.

#### 4.4 Gegenüberstellung der kommunalen Organisationen

Die Re-Use-Initiativen und Funktionsweisen der drei kommunalen Organisationen sind in der Tabelle 6 gegenübergestellt.

Tabelle 6: Gegenüberstellung der ausgewählten kommunalen Organisationen und Re-Use-Initiativen der MA 48, NÖ Umweltverbände und BMV (Eigene Darstellung)

| Kriterium                    | MA 48                                                                                      | NÖ Umweltverbände                                                                                                             | BMV                                                                                                           |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Organisationsform            | Verwaltungsbehörde                                                                         | Abfallwirtschaftsverein                                                                                                       | Gemeindeverband und Verein                                                                                    |
| Organisationsziel            | Abfallvermeidung, Bewusstseinsbildung                                                      | Abfallvermeidung, Bewusstseinsbildung                                                                                         | Abfallvermeidung, Bewusstseinsbildung                                                                         |
| Re-Use-Initiative            | Sammlung, Sortierung und Verkauf in den Gebrauchtwarenkaufhäusern „48er-Tandler“           | Betrieb der Online-Plattform „So gut wie Neu“ und Projekt Re-Use-Box in Zusammenarbeit mit Sozialbetrieben (Soogut-Märkte NÖ) | Aufbau eines Re-Use-Netzwerkes mit Sozialbetrieben bzgl. Erfassung, Sortierung und Verkauf von Gebrauchtwaren |
| Intensivitätsstufe           | Am höchsten                                                                                | Mittel bis hoch                                                                                                               | Hoch                                                                                                          |
| Sammelverfahren (VzW)        | Selbstständige Sammlung<br>→ Container auf Mistplätzen und öffentlichen Standorten         | Keine selbstständige Sammlung<br>→ Sammlung über Kommunen und ASZ                                                             | Keine selbstständige Sammlung<br>→ Sammlung über Rotes Kreuz Burgenland und sozialwirtschaftliche Partner     |
| Sammel-mengen (Alttextilien) | 250-300 t/a                                                                                | 11,5 t Bekleidung seit 2013 (Plattform)                                                                                       | 800-1.000 t/a (Rotes Kreuz)                                                                                   |
| Sortierung                   | Selbstständig im Inland in 40 Fraktionen                                                   | Durch einen sozialwirtschaftlichen Betrieb im Inland (Re-Use-Box)                                                             | Durch ÖPULA/ausländische Sortierwerke (Rotes Kreuz); durch Re-Use-Partner im Inland (Re-Use-Netzwerk)         |
| Re-Use-Anteil                | 10 % im Tandler (30 t)                                                                     | 100 % (Plattform)                                                                                                             | Rotes Kreuz/ÖPULA: 50 % (In- und Ausland) (400-500 t)                                                         |
| Verkauf/Export               | Von beraubter Ware an den Großhändler FCC                                                  | Keine Daten vorhanden                                                                                                         | Durch ÖPULA (Rotes Kreuz) und sozialwirtschaftliche Re-Use-Partner                                            |
| Absatzwege                   | Secondhandshops, tlw. Willhaben                                                            | Online-Plattform, karitative Secondhandshops (Soogut)                                                                         | Karitative Secondhandshops und Online-Shops                                                                   |
| Schlüsselaktivitäten         | Sammlung, Sortierung, Verkauf von Altwaren                                                 | Koordination der Verbände, Öffentlichkeitsarbeit, Betrieb der Online-Plattform, Kooperationsprojekte                          | Koordination des Re-Use-Netzwerkes, Öffentlichkeitsarbeit, Unterstützung der Partner                          |
| Schlüsselressourcen          | Verkaufs- und Sortierflächen, Personal, Sammelcontainer, Transportfahrzeuge                | Server, Erhaltungsmaßnahmen, Abfallberater:innen (Personal), Sammelboxen                                                      | Öffentlichkeitsarbeit, Basisfinanzierung, bestehende Strukturen, Re-Use-Box                                   |
| Schlüsselpartner             | Sozialbetriebe, Unternehmen                                                                | Kommunen/Verbände, Sozialbetriebe, NÖ Landesregierung                                                                         | Netzwerkpartner (Sozialbetriebe), Kommunen, Rotes Kreuz                                                       |
| Wertangebote                 | Entgegennahme von Altwaren, kostengünstiges einzigartiges Sortiment, Abfallvermeidung, VzW | Kontrollierte Online-Plattform für Altwaren, regionale Angebote, Abfallvermeidung, VzW, Abgabemöglichkeit bei den ASZ         | Unterstützung der sozialwirtschaftlichen Mitglieder, Abfallvermeidung, VzW, Einführung der Vorsammelhilfe     |

| Kriterium         | MA 48                                                                              | NÖ Umweltverbände                                                  | BMV                                                             |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Kundenbeziehungen | Shops, Events, Workshops, persönlicher Kontakt (Mund-propaganda)                   | Workshops, ASZ, persönlicher Kontakt                               | Persönlicher Kontakt mit Partnern, Events, Vorträge, Schulungen |
| Kanäle            | Online & offline                                                                   | Online & offline                                                   | Online & offline                                                |
| Kunden-segmente   | Wiener Bevölkerung, Bildungsreinrichtungen, Großhändler, karitative Organisationen | Niederösterreichische Bevölkerung, Bildungsreinrichtungen          | Burgenländische Bevölkerung                                     |
| Finanzierung      | Verkaufserlöse; Müllgebühren, Stadt Wien                                           | Keine Einnahmen über die Plattform, Mitgliedsbeiträge, Förderungen | EU-Projekte, Gebühren                                           |
| Kostenstruktur    | Personal, Anschaffungen                                                            | Personal, Betriebskosten, Öffentlichkeitsarbeit                    | Personal, Betriebskosten, Öffentlichkeitsarbeit                 |

Alle kommunalen Re-Use-Tätigkeiten haben gemeinsam, dass sie darauf abzielen durch bewusstseinsbildende Maßnahmen (Veranstaltungen, Workshops) die regionale Bevölkerung zur Abfallvermeidung, Ressourcenschonung und Wiederverwendung zu motivieren. Um die lokalen Bürger:innen auf ihre Wiederverwendungsaktivitäten aufmerksam zu machen, setzen alle auf Werbemaßnahmen, die offline sowie online geschaltet werden. Eine besondere Marketingform betreibt die MA 48, die die eigenen Gebrauchtwarenhäuser auf öffentlichen Verkehrsmitteln in der Bundeshauptstadt bewirbt. Grundsätzlich sind die Kommunen/AWV nicht auf die Einnahmen aus den Wiederverkäufen angewiesen. Die MA 48 führt als einzige der drei Organisationen die Re-Use-Prozesse Sammlung, Sortierung und Vermarktung in höchster Intensität selbstständig durch und betreibt die Re-Use-Shops „48er-Tandler“. In den anderen Organisationen gibt es Kooperationen mit sozialwirtschaftlichen Betrieben, die die Re-Use-Schritte Übernahme der Alttextilien, Sortierung und Verkauf durchführen, um eigene Sozialprojekte zu finanzieren. Der Verein NÖ Umweltverbände ist der einzige Akteur, der eine eigene Online-Gebrauchtwarenplattform in Zusammenarbeit mit dem Land umgesetzt hat. Finanziert werden die Tätigkeiten bei allen Organisationen durch Abfallgebühren, Förderungen oder Mitgliedsbeiträge der teilnehmenden Verbände. Die größten Kostenfaktoren sind bei fast allen das Personal, Betriebsmittel und Öffentlichkeitsarbeiten. Wichtig ist anzumerken, dass die Re-Use-Initiativen der Organisationen abhängig von den vorherrschenden kommunalen, rechtlichen und gesellschaftlichen Strukturen der Bundesländer und Gemeinden entstanden sind (Zimmer et al. 2018). Aufgrund dessen sind die Organisationsmodelle nicht 1:1 für jede beliebige Gemeinde oder Stadt geeignet und müssen den kommunalen Gegebenheiten passend erarbeitet werden (Zimmer et al. 2018). Zum Beispiel ist der 48er-Tandler kein Vorzeigemodell für einwohnerarme und ländliche Gemeinden (Meissner 2022). Kommunale Re-Use-Strategien sollten demnach, um erfolgreich und wirksam zu sein, idealerweise aus einem Maßnahmenbündel mit gleichzeitiger Berücksichtigung der lokalen wirtschaftlichen, sozialen und rechtlichen Begebenheiten bestehen (McQuibban et al. 2021).

## 4.5 Überblick kommunaler Re-Use-Tätigkeiten in Österreich

Neben den ausgewählten Re-Use-Initiativen der Stadt Wien, NÖ Umweltverbände und des Burgenländischen Müllverbands (BMV), gibt es im Sinne der Vollständigkeit einen groben Überblick weiterer kommunaler Re-Use-Aktivitäten in Österreich (siehe Tabelle 7). Initiativen zur Förderung der Wiederverwendung finden sich unter anderem bei Verbänden und Kommunen aus Vorarlberg, Oberösterreich, Steiermark, Kärnten und Tirol.

Tabelle 7: Überblick kommunaler Re-Use-Aktivitäten in Österreich (Eigene Darstellung nach Vorarlberger Gemeindeverband s.a. b; Das Land Steiermark, s.a. b; OÖ Landesverband s.a. b, Klagenfurt 2019; SBK s.a.; Stadt Villach s.a.; Noamol s.a.; Arbeit Plus s.a. a; Arbeit Plus s.a. b)

| Kommune/AWV                                           | Re-Use-Maßnahmen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Kooperationspartner                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vorarlberger Gemeindeverband - Umweltverband          | Sammlung (mind. zweimal im Jahr) und Aufbereitung von Re-Use-Artikeln: <ul style="list-style-type: none"> <li>Re-Use-Box</li> <li>Re-Use-Tage im Werkhof der Gemeinde</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Caritas Vorarlberg: Carla-shops</li> <li>Integra: Shops Sieben Sachen</li> <li>Lebenshilfe: Brockenhäusern</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                   |
| OÖ. Landesabfallverband                               | Projekt „Rund Geht's“ & Projekt ReVital: <ul style="list-style-type: none"> <li>Sammlung bei den ASZ</li> <li>Vorsammelhilfe „ReVital-Box“</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Volkshilfe Arbeitswelt GmbH (Aufbereitung) & ReVital-Shops Volkshilfe, Diakonie (Verkauf)                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Dachverband der Steirischen Abfallwirtschaftsverbände | <ul style="list-style-type: none"> <li>Re-Use-Landkarte Steiermark (2021)</li> <li>Reparatur-Prämie Steiermark (2020)</li> <li>Reparaturnetzwerk <a href="http://www.grazrepariert.at">www.grazrepariert.at</a> (2018)</li> <li>Reparaturführer <a href="https://www.reparaturfuehrer.at/steiermark">https://www.reparaturfuehrer.at/steiermark</a> (2016)</li> <li>Re-Use Box Stadt Graz (2014)</li> <li>Re-Use Netzwerk Steiermark (2011)</li> </ul> | BAN - Sozialökonomische BetriebsgmbH Beratung-Arbeit-Neubeginn; Buglkraxn; Caritas der Diözese Graz Seckau, Carla; Chamäleon - Atelier für Textilarbeit und Dienstleistungen; Chance B; LEO GmbH; Verein ERfA Erfahrung für Alle; GBL - Gemeinnützige Beschäftigungsges.m.b.H Liezen; SÖBSA - Sozial-, Öko- und Beschäftigungsservice GmbH Aichfeld                            |
| AWV Klagenfurt                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Infokampagne zur richtigen Textilsammlung</li> <li>Sammlung durch die Sozialen Betriebe Kärnten (SBK) und AMS Kärnten</li> <li>Vorsammelhilfe „Weißer Sack“</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Verkauf der Cremeware in second soul shops</li> <li>re:souled: Recyclingmode aus gebrauchten oder ausgemusterten Stoffen und Upcyclingmode</li> </ul>                                                                                                                                                                                   |
| Stadt Villach Abfallwirtschaft                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorsammelhilfen Re-Use-Box und Re-Use-Bag</li> <li>Aufbau eines Re-Use-Netzwerkes</li> <li>Einführung einer Müll-App mit Landkarte aller Sammelstellen</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                               | Arge Sozial; FAB; Caritas Kärnten (Carla); SBK; Revilla; Jugend am Werk; Altstoffsammelzentren                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Abfallwirtschaft Tirol Mitte GmbH (ATM)               | Aufbau eines Re-Use-Netzwerkes, Re-Use-Parks und der Onlineplattform „ <a href="http://noamol.at">noamol.at</a> “: <ul style="list-style-type: none"> <li>Möglichkeiten zur Abgabe und zum Erwerb von Re-Use-Waren (Bücherzellen)</li> <li>VzW, Reparaturinitiativen wie Repair-Cafés, offene Werkstätten</li> <li>Verleihangebote, Upcycling-initiativen, Bildungsangebote, Re-Use-Veranstaltungen</li> </ul>                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Innsbrucker Kommunalbetrieben (IKB)</li> <li>Stadt Innsbruck</li> <li>EU-Förderung (SURFACE)</li> <li>Akteure: abrakadabra CARITAS; Die Diele; Gemeinde Gries; Innsbrucker Soziale Dienste GmbH; ISSBA second-hand; Monte Gwand; Resi &amp; Rosa Vintage; Rotes Kreuz Telfs Kleiderladen; Rundumskind, Second-Hand-Land uvm.</li> </ul> |
| Umweltabteilung des Landes Tirols                     | Re-Use Netzwerk Tirol: <ul style="list-style-type: none"> <li>Zusammenarbeit von sozialökonomischen und abfallwirtschaftlichen Organisationen</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>EU-Projekt (CERREC): Sammel-/Annahmestellen: WAMS, s'Gwandtl, Recyclinghöfe</li> <li>Secondhandläden von Arbeit Plus Tirol: WAMS, s'Gwandtl, ISSBA, Carla St. Johann</li> </ul>                                                                                                                                                         |

In der Abbildung 16 sind die österreichischen Re-Use-Netzwerke bzw. -Aktivitäten mit Zusatzinformationen und Logos grafisch dargestellt.

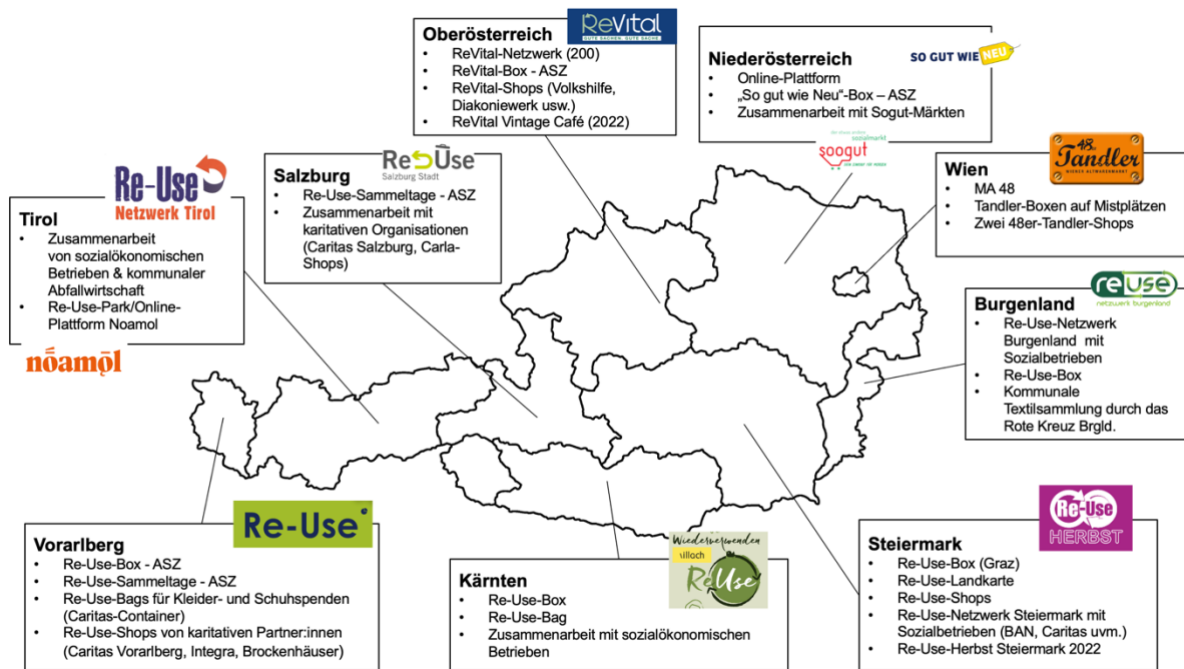


Abbildung 16: Übersicht der Re-Use-Netzwerke bzw. -Aktivitäten in Österreich initiiert von Kommunen oder Städten. ASZ = Altstoffsammelzentrum (verändert nach Meissner 2015).

In jedem Bundesland Österreichs sind Re-Use-Initiativen vorzufinden. Diese reichen von Re-Use-Netzwerken zu Kooperationen zwischen kommunaler Abfallwirtschaft und Sozialbetrieben, um die Sammlung, Sortierung und Vermarktung von Alttextilien und Gebrauchtkleidung flächendeckend zu organisieren. Die Vorsammelhilfe der Re-Use-Box wurde in den Bundesländern Vorarlberg, Kärnten, Steiermark, Burgenland und Oberösterreich eingeführt. Zusätzlich finden Re-Use-Sammeltage auf Altstoffsammelzentren statt.

## 5. Organisationen des privatwirtschaftlichen Sektors

Abfallwirtschaftliche Unternehmen, die sich mit Textilabfällen befassen, beschäftigen sich meist mit der Sammlung, sowie dem Verkauf und Handel von Alttextilien am nationalen sowie internationalen Markt (Korolkow 2015). In den meisten Fällen werden die gesammelten Alttextilien von den nichttextilen Abfällen befreit und an Großhändler bzw. Sortieranlagen verkauft, die in einem weiteren Schritt detaillierte Sortierungen vornehmen (Köhler et al. 2021). Privatwirtschaftliche Textilsammler legen aufgrund der Gewinnorientierung besonderen Wert auf den Preis, den sie für „Originalware“ erhalten (Köhler et al. 2021). Originalware setzt sich aus unsortierten Alttextilien zusammen und beinhaltet die drei Fraktionen wiederverwendbare Textilien, wiederverwertbare Textilien und unbrauchbare Textilabfälle (Köhler et al. 2021). Für den Sektor des kommerziellen Re-Use hängt die potenzielle Rentabilität der Wiederverwendung davon ab, dass die Alttextilien kosteneffizient gesammelt und an Umschlagsplätze weitergeleitet werden (Williams und Shaw 2017). Bevor die ausgewählten Unternehmen ÖPULA, FCC Textil2Use und TEXAID Austria beschrieben werden, gibt es im Sinne der Vollständigkeit einen groben Überblick zweier Textilsammel- und Textilrecyclingunternehmen in Österreich, auf die in dieser Untersuchung nicht tiefer eingegangen wird. Das burgenländische Unternehmen Borner Textil Recycling GmbH ist in den Bereichen Altkleidersammlung, Putzlappenhandel und Textilverwertung aktiv und beschreitet seine Tätigkeiten in Zusammenarbeit mit karitativen Organisationen und Gemeinden (Borner s.a.). Die Firma Gutiu Nikolaus GmbH ist in Niederösterreich ansässig und beschäftigt sich mit dem Ankauf, der Grobsortierung und dem Verkauf/Handel von/mit Secondhandkleidung und -schuhen (Gutiu s.a.). Außerdem zählen die Herstellung und der Verkauf von Putzlappen sowie die Annahme und der Verkauf von Restposten bzw. Retourwaren zu den Handlungsfeldern (Gutiu s.a.). Diese Unternehmungen werden ebenso in Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen ausgeführt (Gutiu s.a.).

### 5.1 ÖPULA Rohstoff-Recycling GmbH

Der privatwirtschaftliche Textilverwertungsbetrieb „ÖPULA Rohstoff-Recycling GmbH“ zählt zu den größten Textilsammlern in Österreich (Tragler 2019; ÖPULA s.a. a). Das Akronym ÖPULA steht für österreichische Putzlappen (ÖPULA s.a.). Die gefundenen Ergebnisse und Informationen zur ÖPULA Rohstoff-Recycling GmbH weisen keinen hohen Detaillierungsgrad auf, da sich das Unternehmen zu keinem Interview bereit erklärt hat.

#### 5.1.1 Rahmenbedingungen

Im Jahr 1986 wurde der Altkleiderbetrieb der Familie Rosendorfsky von der Firma ÖPULA Rohstoff-Recycling durch die Herren Erich Rosendorfsky, Rudolf Friedl und Kurt Willheim aufgekauft (ÖPULA s.a.). Die Geschäftsfelder des Unternehmens liegen in der Altkleidersammlung und dem Textilrecycling sowie im industriellen Handel mit Putzlappen und Hygieneartikel (ÖPULA s.a. a). Die Leitung der Sammlung und Verwertung von Altkleidern übernehmen die Geschäftsführer:innen Kurt und Stefanie Willheim (ÖPULA s.a. a). Die Altkleidersammlung erfolgte zu Beginn in ganz Österreich in Kooperation mit den karitativen Organisationen Caritas (bis 2014), Kolping und Rotes Kreuz mittels Straßensammlungen (ÖPULA s.a. a). Seit 1990 wurde die Sortierung an Subunternehmen ausgelagert und ab dem Jahr 2000 wurde auf die Containersammlung umgestellt (ÖPULA s.a. a). Die Sammelregionen der ÖPULA sind vorwiegend Wien, Niederösterreich, Burgenland und Steiermark, wobei aus anderen Bundesländern ebenso karitative Sammlungen zugekauft werden (ÖPULA s.a. a). Die Sammlungen finden in Wien flächendeckend für das Kolpingwerk und Rote Kreuz, im Burgenland für das Rote Kreuz, in Niederösterreich zum Beispiel in Regionen der

Abfallwirtschaftsverbände Bruck/Leitha, Laa/Thaya, Krems und Zwettl und in der Steiermark in Gebieten der Abfallwirtschaftsverbände Feldbach, Fürstenfeld, Radkersburg und Weiz statt (ÖPULA s.a. b). In der Bundeshauptstadt Wien stehen 1.462 Kolping-Sammelcontainer zur Verfügung (Kolping s.a.). ÖPULA ist aufgrund des vorhandenen Containernetzes, Fuhrparks und Lagerflächen ein attraktiver Partner für karitative Organisationen (ÖPULA s.a. c). Die Firma verfügt außerdem über zehn Sammel-LKWs, die für tägliche Touren zuständig sind, und über zwei Kleintransporter für Einzelentleerungen, schwer zugängliche Standorte oder Hausabholungen (ÖPULA s.a. d).

## 5.1.2 Funktionsweise

Die textile Containersammlung und Verwertung der ÖPULA erfolgt ausschließlich im Auftrag von karitativen Organisationen (ÖPULA s.a. c; ÖPULA s.a. e). Die Sammelcontainer tragen die Organisationslogos und Zusatzinformationen darüber, dass die Sammlung von ÖPULA durchgeführt wird (siehe Abbildung 17). Die Information lautet „Die Sammlung der Altkleider wird nicht von karitativen Organisationen organisiert oder durchgeführt, sondern von der ÖPULA Rohstoff-Recycling GesmbH, 2/3 der Erlöse fließen an die karitativen Organisationen.“



Abbildung 17: Altkleidersammelcontainer der Firma ÖPULA in Kooperation mit Kolping (Eigene Aufnahme)

Lokale Bürger:innen werden angehalten ihre Alttextilien in gut verschlossenen Plastiksäcken einzuwerfen (ÖPULA s.a. b). Die Container werden von Klein-LKWs meist einmal in der Woche und im Winter alle 14 Tage entleert (ÖPULA s.a. b;). Die gesammelten Alttextilien werden in die Firmenzentrale in Groß-Enzersdorf verbracht, von Abfällen getrennt und auf Transit-LKWs für den Transport zu den Sortierbetrieben und Großhändlern umgeladen (ÖPULA s.a. d; Eigner 2016; ORF Burgenland 2021). Exportierte Altkleider werden in einem nächsten Schritt zum Beispiel in Neapel von einem externen Betrieb in unterschiedliche Fraktionen sortiert (Tragler 2019). Ein Teil der re-use-fähigen Kleidung gelangt wieder nach Österreich zu gemeinnützigen Organisationen, die diese spendet oder vermarktet, wodurch sich finanzielle Ressourcen für eigene soziale Projekte generieren lassen (ÖPULA s.a. c; Tragler 2019). Der Großteil der noch tragbaren Bekleidung wird in 50-Kilogramm-Ballen gepresst und an Großhändler in Afrika oder Osteuropa weiterverkauft, die die Kleidung ebenso weiterverkaufen (Eigner 2016; Tragler 2019; ÖPULA s.a. c). Nicht re-use-fähige Textilien werden als Putzlappen oder Dämmmaterial stofflich verwertet (ÖPULA s.a. c; ORF Burgenland 2021). Die Putzlappen gelangen zurück zur Firma ÖPULA, die diese an die Industrie weiterverkauft (Eigner 2016; ORF Burgenland 2021). Dämmmaterialien werden vor



allein von der Autoindustrie gekauft (ORF Burgenland 2021). Materialien, die nicht stofflich verwertet werden können, gelangen zu Deponien (Tragler 2019). Der Ablauf bzw. die Wege der Alttextilien durch ÖPULA sind in der Abbildung 18 dargestellt.

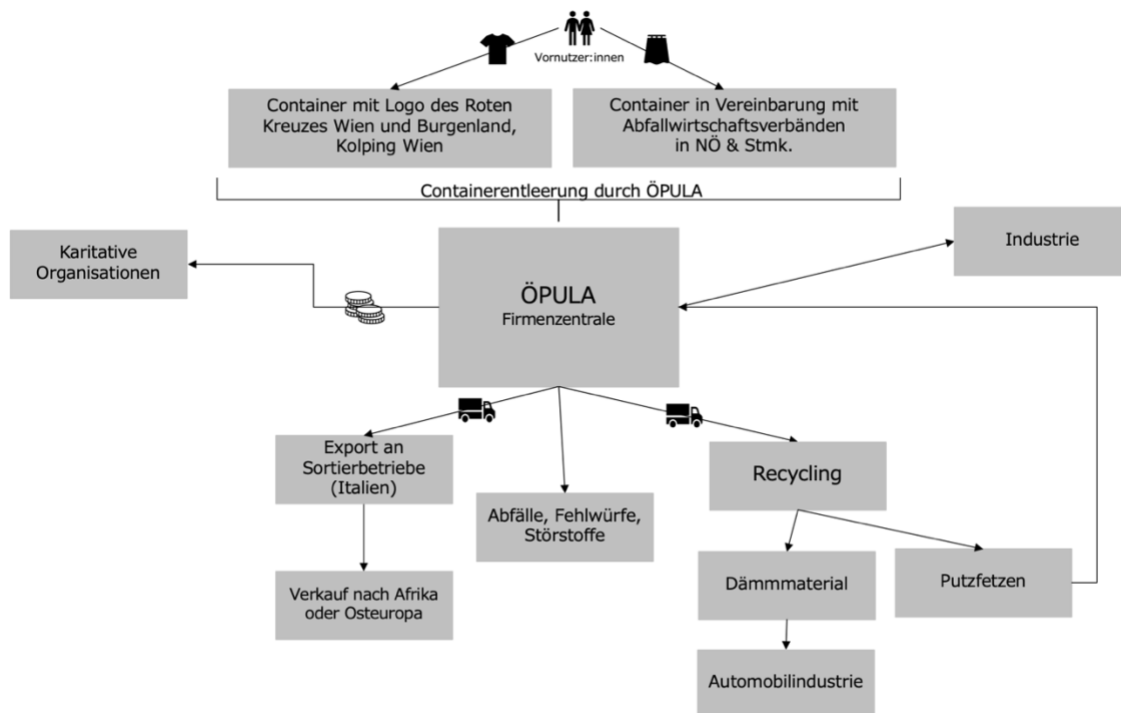


Abbildung 18: Wege der getrennt erfassten Alttextilien (Vorbereitung zur Wiederverwendung) durch die Firma ÖPULA in Verbindung mit karitativen Organisationen und Abfallwirtschaftsverbänden (Eigene Darstellung nach ÖPULA s.a. b; ÖPULA s.a. c; ÖPULA s.a. d; ÖPULA s.a. e; ORF Burgenland 2021)

### 5.1.3 Personal

Für die Sammlung der Alttextilien sind pro Sammelfahrzeug zwei Mitarbeiter:innen verantwortlich: ein:e Fahrer:in und Helfer:in, (ÖPULA s.a. d). Darüber hinaus sind zwei Mitarbeiterinnen in der Büroadministration und ein Mitarbeiter in der Betriebsleitung angestellt (ÖPULA s.a. f).

### 5.1.4 Sammelmengen

Das Sammelnetz umfasst insgesamt rund 4.000 aufgestellte Container mit denen jährliche Sammelmengen von 10.000 Tonnen an Alttextilien erreicht werden können (ÖPULA s.a. a). Pro Werktag werden rund 40 Tonnen an Alttextilien erfasst (ÖPULA s.a. d). Gesammelt werden brauchbare Kleidung, Schuhe und Bett- und Haushaltswäsche (ÖPULA s.a. b). Im Detail wird rund die Hälfte der gesammelten Alttextilien nach ihrem ursprünglichen Zweck als Kleidung wiederverwendet, 30 % werden als Putzlappen und 10 % als Dämmmaterial stofflich verwertet, sowie 10 % sind Abfälle, Fehlwürfe oder Störstoffe, die entsorgt werden (Tragler 2019; ORF Burgenland 2021).

### 5.1.5 Finanzierung

Die erzielbaren Erlöse liegen für ÖPULA bei € 400 pro Tonne Altkleider (Tragler 2019). Dies ergibt bei jährlichen Sammelmengen von ca. 10.000 Tonnen einen Jahresumsatz von

€ 4.000.000. Laut Aufklebern auf den Sammelcontainern erhalten die karitativen Organisationen 2/3 der Erlöse. Zum Beispiel erhalten das Kolpingwerk oder Rote Kreuz € 35 pro Tonne (Tragler 2019). Das Rote Kreuz Burgenland erhält aus den Umsätzen der von ÖPULA verkauften Alttextilien einen jährlichen Fixbetrag: im Jahr 2019 betrug dieser € 50.000 (ORF Burgenland 2021).

## 5.1.6 Marketing

ÖPULA betreibt eine eigene Webseite, auf der das Unternehmen über seine Geschäftstätigkeiten und über die Sammlung und Wiederverwendung von Altkleidern aufklärt (ÖPULA s.a. a). Außerdem führt der Geschäftsführer Herr Willheim auch Interviews mit österreichischen Medien wie dem ORF (ORF Burgenland 2021).

## 5.1.7 Business Model Canvas der ÖPULA Rohstoff-Recycling GmbH

Das Geschäftsmodell des privatwirtschaftlichen Akteurs ÖPULA Rohstoff-Recycling GmbH ist in der Abbildung 19 auf seine neun Geschäftsmodellbausteine vereinfacht.

| Schlüsselaktivitäten                                                                                                                                                                                                                                 | Schlüsselpartner                                                                                                                                                       | Wertangebote                                                                                                                                                                                              | Kundenbeziehungen                                                                                                      | Kundensegmente                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Getrennte Sammlung und Verwertung von Alttextilien im Auftrag von Lizenzgebern</li> <li>Handel mit Putzlappen und Hygieneartikeln für Industrie und Gewerbe</li> <li>Verkauf/Export der Sammelware</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Karitative Organisationen (Rotes Kreuz, Kolping)</li> <li>Abfallwirtschaftsverbände/Kommunen</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Unterstützung karitativer Organisationen bei der getrennten Sammlung und Vermarktung</li> <li>Textilrecycling</li> <li>Verkaufsangebot von Originalware</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Persönlicher Kontakt</li> </ul>                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Textilgroßhändler</li> <li>Sortierbetriebe</li> </ul> |
|                                                                                                                                                                                                                                                      | Schlüsselressourcen                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                           | Kanäle                                                                                                                 |                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Containernetz</li> <li>Lizenzen</li> <li>Fuhrpark</li> <li>Lagerflächen</li> <li>Textilentsorgungen der Bürger:innen</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Online: Homepage, Social Media</li> <li>Offline: TV- und Printmedien</li> </ul> |                                                                                              |
| Kostenstruktur                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                        | Einnahmequellen/Finanzierung                                                                                                                                                                              |                                                                                                                        |                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Stellplatzgebühren der Sammelcontainer</li> <li>Kosten für Personal und Betriebsmittel</li> <li>Entsorgungskosten für Fehlwürfe/Müll</li> <li>Teilbeträge an beteiligte Lizenzgeber</li> </ul>                |                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Verkaufserlöse/Export von Originalware</li> </ul>                                                                                                                  |                                                                                                                        |                                                                                              |

Abbildung 19: Business Model Canvas für den privatwirtschaftlichen Akteur „ÖPULA Rohstoff-Recycling GmbH“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011)

Schlüsselaktivitäten des privaten Unternehmens ÖPULA sind zunächst die getrennte Sammlung und Verwertung von Alttextilien im Auftrag von Lizenzgebern, der industrielle Handel mit Putzlappen und die Vermarktung der textilen Sammelware. Die wichtigsten Schlüsselpartner sind in erster Linie die karitativen Organisationen Rotes Kreuz und Kolping, die als Lizenzgeber ihre Logos zur Verfügung stellen. Außerdem arbeitet ÖPULA mit Abfallwirtschaftsverbänden und Kommunen zusammen. Für das Funktionieren des Organisationsmodells sind ein Containernetz, Fuhrpark, Lizenzen, Lagerflächen und die entsorgten Alttextilien die bedeutendsten Schlüsselressourcen. Das Wertversprechen ist zum einen die Unterstützung karitativer Organisationen bei der getrennten Sammlung/Vermarktung und zum anderen das Angebot von textiler Originalware. Vorteile für

gemeinnützige Organisationen sind die Geld- und Personalsparnis und die Umwandlung von Sachspenden in finanzielle Mittel. ÖPULA tritt in persönlichen Kontakt mit den Kundensegmenten. Wichtige Online-Kanäle sind auf jeden Fall die eigene Firmenwebseite und Social-Media-Plattformen wie Facebook, um über Geschäftstätigkeiten zu informieren. Außerdem führt der Geschäftsführer hin und wieder Interviews mit TV- und Printmedien. Zielkund:innen sind ausländische Sortierbetriebe und Textilgroßhändler, die die gesammelten Textilien aufbereiten bzw. weiterverkaufen. Als anfallende Kosten sind in erster Linie die Stellplatzgebühren der Sammelcontainer zu erwähnen, die an Kommunen zu entrichten sind. Zudem fallen Kosten für Personal (Fahrer:innen), Betriebsmittel und die Entsorgung von Fehlwürfen an. Einkommensströme des Geschäftsmodells sind durch den Export generierte Verkaufserlöse der Originalware und der Vertrieb von Putzlappen.

## 5.2 FCC Textil2Use GmbH

Die FCC Textil2Use GmbH ist ein privatwirtschaftliches Unternehmen und operative Tochtergesellschaft der FCC Austria Abfall Service AG, die wiederum Teil der spanischen FCC Gruppe ist (FCC Group s.a. b).

### 5.2.1 Rahmenbedingungen

Das Unternehmen FCC Textil2Use beschäftigt sich seit 1999 ausschließlich mit der Sammlung und Vermarktung von Altkleidern (Kraxner 2022). Die getrennte Erfassung erfolgt als Bringsystem via Container der Größe 1x1x1,8 m, die bis zu 160 kg (1,5 m<sup>3</sup>) Alttextilien aufnehmen können (FCC Group s.a. a). Die Container der FCC Textil2Use GmbH sind innerhalb Österreichs in Kärnten, der Steiermark, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg und punktuell im Burgenland aufgestellt (Kraxner 2022).

### 5.2.2 Funktionsweise

Der Ablauf bzw. die Funktionsweise des Organisationsmodells der FCC Textil2Use GmbH ist in der Abbildung 20 ersichtlich.

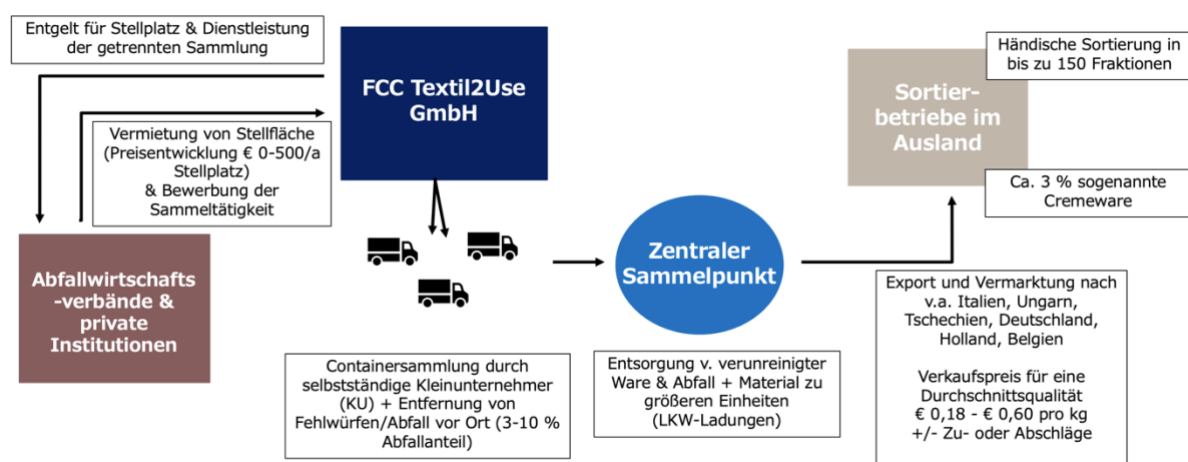


Abbildung 20: Partner, Geschäftsmodell und Aufgaben des privatwirtschaftlichen Alttextilsammelunternehmens FCC Textil2Use GmbH (Eigene Darstellung nach Kraxner 2022)

Das Unternehmen tritt vor allem an kommunale Abfallwirtschaftsverbände heran, um die getrennte Erfassung von Alttextilien als Dienstleistung anzubieten und vertraglich zu festigen

(Kraxner 2022). Für die Platzierung der Sammelcontainer im öffentlichen Raum muss von Seiten des Unternehmens ein Entgelt bezahlt werden (Kraxner 2022). Die lokale Bevölkerung wird aufgefordert in die Sammelbehälter Altkleider und Schuhe einzuwerfen (Kraxner 2022). Die Entleerung und Sammlung wird von selbstständigen Kleinunternehmer:innen mit eigenen Fahrzeugen einmal pro Woche oder alle 2 Wochen durchgeführt (Kraxner 2022). Zu den Aufgaben der Fahrer:innen gehört es, beim Entleeren der Container den offensichtlichen Abfall und verschmutzte Ware grob zu separieren und das erfasste Material zu Sammelpunkten verschiedener Regionen zu transportieren (Kraxner 2022). Im nächsten Schritt werden die abgetrennten Abfälle an den zentralen Sammelpunkten in separaten Containern entsorgt und die brauchbaren Alttextilien zu größeren Einheiten zusammengefasst, in größere LKWs umgeladen und an diverse Sortieranlagen in ganz Europa verkauft (Kraxner 2022). Die Sortieranlagen befinden sich hauptsächlich in Italien, aber auch zunehmend in Ungarn, Tschechien, Deutschland, Holland und Belgien (Kraxner 2022). Die händische Sortierung der Altkleider erfolgt in Italien in bis zu 150 verschiedene Fraktionen (Kraxner 2022). Die Cremeware, welche sich durch hochwertige Qualität (Markenware) und minimalen Gebrauchsspuren kennzeichnet, gelangt zum Verkauf u.a. in österreichische Secondhandshops (Kraxner 2022). Eine Faustregel des befragten Experten Kraxner (2022) besagt, dass mit der Cremeware der gesamte LKW-Zug bezahlt werden kann (Kraxner 2022). Das bedeutet aus Sortierbetreibersicht, dass der Sortierer im Einkauf das Entgelt für die gesammelten Altkleider aus der Cremeware finanziert und mit dem Erlös der restlichen Ware die Fixkosten (Miete, Lohn, Strom) bezahlt, sowie den Gewinn generiert (Kraxner 2022).

### 5.2.3 Personal

Das Tochterunternehmen FCC Textil2Use setzt sich aus zwei Mitarbeiter:innen zusammen, die im administrativen Bereich tätig sind, sowie aus selbstständigen Fahrer:innen, die für die Entleerungen der Sammelcontainer zuständig sind (Kraxner 2022).

### 5.2.4 Sammelmengen

Jährlich können in Österreich durch das Unternehmen ca. 4.250 Tonnen Altkleider und Altschuhe erfasst werden (Kraxner 2022). Addiert man die Mengen, die in den angrenzenden östlichen Ländern zusätzlich gesammelt werden, sammelt die FCC Textil2Use GmbH rund 8.500 Tonnen Alttextilien pro Jahr (FCC Group s.a. a). In der Regel enthalten die Container, abhängig von der Gegend, zwischen 3 und 10 % Abfallanteil (Kraxner 2022). Die Cremeware macht ca. 3 % der eingeworfenen Waren aus (Kraxner 2022).

### 5.2.5 Finanzierung

Für die FCC Textil2Use GmbH fallen Kosten für die Containermiete, Bezahlung der selbstständigen Fahrer:innen und die Entsorgung von Abfällen, Fehlwürfen oder Störstoffen an (Kraxner 2022). Die Stellplatzpreise der Container sind grundsätzlich qualitätsabhängig - lagen diese zu Beginn der Sammeltätigkeiten bei € 0, so mussten in den letzten Jahren Spitzenwerte von € 500 bzw. € 600 pro Jahr und Stellplatz bezahlt werden (Kraxner 2022). Die Fahrer:innen werden pro kg Altkleider von der Firma FCC Textil2Use GmbH entlohnt (Kraxner 2022). Erlöse generiert die Abfallfirma durch die Vermarktung und den Export der gesammelten Alttextilien (Kraxner 2022). Die Preise pro kg Altkleider liegen aufgrund ihrer Volatilität in einem breiten Bereich (Kraxner 2022). Die FCC Textil2Use GmbH verlangt für Altkleidung einer Durchschnittsqualität zwischen € 0,18 bis zu € 0,60 pro kg, sprich € 180 bis € 600 pro Tonne (Kraxner 2022). Dies ergibt bei jährlichen Sammelmengen (Österreich) von

ca. 4.250 Tonnen einen Jahresumsatz von € 765.000 bis € 2.550.00. Hinzu kommen Zu- oder Abschläge, je nachdem ob reine Stadt- oder Landware enthalten ist (Kraxner 2022).

## 5.2.6 Marketing

Die FCC Textil2Use GmbH ist im Internet auf der Homepage der FCC Austria Abfall Service AG vertreten (FCC Group s.a. a). Für die Bewerbung der Behälter ist der Abfallwirtschaftsverband verantwortlich, indem er innerhalb der Bevölkerung auf die Sammeltätigkeiten in zum Beispiel Gemeindezeitungen hinweist (Kraxner 2022).

## 5.2.7 Business Model Canvas der FCC Textil2Use GmbH

Das Geschäftsmodell des privatwirtschaftlichen Akteurs FCC Textil2Use GmbH ist in der Abbildung 21 auf seine neun Geschäftsmodellbausteine heruntergebrochen.

|                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                   |                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>Schlüsselaktivitäten</b><br>Getrennte Sammlung von Altkleidern in Zentralösterreich<br>Entfernung sichtbarer Fehlwürfe/Abfälle/Störstoffe<br>Vermarktung von Originalware | <b>Schlüsselpartner</b><br>Abfallwirtschaftsverbände/Kommunen<br>Private Institutionen<br>Selbstständige Fahrer:innen<br><br><b>Schlüsselressourcen</b><br>Stellplätze & Containernetz<br>Qualität der Ware<br>Knowhow der Fahrer:innen | <b>Wertangebote</b><br>Getrennte Sammlung von Altkleidern als Dienstleistung<br>Verkaufsangebot von Originalware in 3 Qualitäten                        | <b>Kundenbeziehungen</b><br>Persönlicher Kontakt<br><br><b>Kanäle</b><br>Online: Homepage<br>Offline: Persönlicher Kontakt, AWV (Gemeindezeitung) | <b>Kundensegmente</b><br>Sortierbetriebe |
| <b>Kostenstruktur</b><br>Stellplatzgebühren für Sammelcontainer<br>Bezahlung der Fahrer:innen pro Kilogramm<br>Entsorgungskosten für Fehlwürfe/Müll                          |                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Einnahmequellen/Finanzierung</b><br>Verkauf/Export von Originalware<br>Kalkulationsbasis: Kilogramm Ware<br>Preisgestaltung nach Qualität (variabel) |                                                                                                                                                   |                                          |

Abbildung 21: Business Model Canvas für den privatwirtschaftlichen Akteur „FCC Textil2Use GmbH“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011)

Schlüsselaktivitäten des privatwirtschaftlichen Akteurs FCC Textil2Use GmbH sind die Sammlung und Vermarktung von Altkleidern, die die Entfernung von Fehlwürfen und Müll beinhalten. Die wichtigsten Schlüsselpartner der FCC Textil2Use GmbH sind in erster Linie Abfallwirtschaftsverbände/Kommunen und private Institutionen, die Standplätze im öffentlichen oder privaten Raum zur Verfügung stellen. Dritter Schlüsselpartner sind selbstständige Kleinunternehmer:innen, die als Fahrer:innen die Sammelaktivitäten durchführen. Für das Funktionieren des Geschäftsmodells sind die Lage der Stellplätze, das Containernetz, die Qualität der eingeworfenen Altkleider und die Erfahrungen der Sammler:innen die bedeutendsten Schlüsselressourcen. Das Wertangebot der FCC Textil2Use GmbH setzt sich aus der getrennten Altkleidersammlung als Dienstleistung und dem Angebot von Originalwaren in drei Qualitätsstufen zusammen. Wichtige Kanäle zur Bekanntmachung der Sammeltätigkeiten sind die Webseite der FCC und die Abfallwirtschaftsverbände/Kommunen, die die Bevölkerung in lokalen Zeitschriften darüber informieren. Kunden sind die Sortierbetriebe in Europa als Abnehmer der Waren. Die

hauptsächlich Kosten liegen in den Stellplatzgebühren für die Sammelcontainer, in der Bezahlung der Fahrer:innen und Entsorgung der Abfälle bzw. Fehlwürfe. Einnahmen erzielt die FCC Textil2Use GmbH durch die Verkaufserlöse der exportierten Originalware, die abhängig von der Qualität und dem Marktgeschehen sind.

## 5.3 TEXAID Austria GmbH

Die TEXAID Textilverwertungs-AG ist ein kommerzielles Unternehmen und entstand 1978 in der Schweiz durch den Zusammenschluss von sechs Hilfswerken mit einem privaten Partner, mit dem Ziel die Alttextilsammlung zu professionalisieren (TEXAID 2017; TEXAID s.a. b). Neben dem Hauptsitz im schweizerischen Schattdorf, gibt es Niederlassungen in Deutschland, Bulgarien, Ungarn, Marokko und Österreich (Linz) (TEXAID 2017). Die gefundenen Ergebnisse und Informationen zur TEXAID Austria GmbH weisen keinen hohen Detaillierungsgrad auf, da sich das Unternehmen zu keinem Interview bereit erklärt hat.

### 5.3.1 Rahmenbedingungen

Die TEXAID AG ist seit dem Jahr 2016 mit der TEXAID Austria GmbH, vormals Austriatex, in Österreich aktiv und bietet ein Containernetz aus einigen hundert Sammelbehältern (TEXAID s.a. a; TEXAID 2017). Die Geschäftsfelder der TEXAID AG umfassen die Sammlung, Sortierung und Verwertung von Alttextilien (TEXAID 2017). Die TEXAID steht mit diversen Stakeholdern wie Aktionäre (Hilfswerke), karitative Organisationen, Textilhersteller und -händler, Groß- und Einzelhandel, Mitbewerber, Gemeinden, kommunale Behörden sowie Politik und Medien in Verbindung (TEXAID 2017).

### 5.3.2 Funktionsweise

Die Sammlung erfolgt zu 90 % mit 15.000 Sammelcontainern in Deutschland, Österreich, Spanien und in der Schweiz (TEXAID 2017). In der Schweiz werden ebenso Unterflur-Container eingesetzt (TEXAID 2017). Bürger:innen sollen aussortierte Kleidungsstücke, Schuhe und Haushaltstextilien in einem reißfesten Plastiksack in die Sammelbehälter von TEXAID einwerfen (TEXAID s.a. d). Für die Erweiterung des Containernetzes in Österreich sind Regional-Sales-Manager:innen verantwortlich, die mit Inhaber:innen von Stellplatzflächen, wie Tankstellen-, Supermarktbetreiber:innen oder Privatkund:innen in Kontakt tritt (TEXAID Austria 2021). Wie in der Abbildung 22 erkennbar ist, werden die erfassten Alttextilien von Fahrer:innen entleert und mit Transportfahrzeugen eingesammelt (TEXAID 2017). Für die individuelle Entleerung hat TEXAID ein computergestütztes Logistiksystem entwickelt, welches in der Schweiz und in Deutschland Einsatz findet (TEXAID s.a. d). Das Softwareprogramm zeichnet für jeden Container die Sammel- und Intervalldaten auf und errechnet anhand dieser den voraussichtlich besten Entleerungstermin (TEXAID 2017). Die Fahrer:innen erhalten dadurch tägliche Tourenpläne (TEXAID 2017).





Abbildung 22: Entleerung der TEXAID-Sammelcontainer durch einen Mitarbeiter (TEXAID s.a. d, s.p.)

Zur weiteren Vorgehensweise innerhalb Österreichs wird von der TEXAID Austria GmbH kaum Auskünfte gegeben. Lediglich erhält man Informationen zu den Tätigkeiten und Prozessen, die innerhalb der gesamten TEXAID-Gruppe ablaufen. Etwa die Hälfte der von der Gruppe gesammelten Textilien wird in eigenen Sortierwerken manuell nach Mengen und Qualitätskategorien verarbeitet und die andere Hälfte durch Drittunternehmen verwertet (TEXAID 2017). Die eigenen Werke sind in Apolda (Deutschland), in Schattdorf (Schweiz), sowie in den Gesellschaften in Bélapátfalva (Ungarn), in Kostinbrod (Bulgarien) und in Tanger (Marokko) zu finden (TEXAID 2017). Während beispielsweise in Deutschland in bis zu 300 unterschiedliche Kategorien sortiert wird, gibt es in der Schweiz bis zu 60 unterschiedliche Qualitätskriterien (TEXAID 2017). Nachdem die Textilien eine Sammlung und Sortierung durchlaufen haben, gelangen sie in eigene Secondhandshops (Deutschland), zu Verwertungsbetrieben und internationalen Kund:innen (TEXAID 2017). Darüber hinaus exportiert und verkauft die TEXAID-Gruppe sortierte Altkleidung nach Osteuropa, Asien und Afrika (TEXAID 2017). Unsortierte, aber von Abfall befreite Alttextilien (Originalware) kommen vor allem in Verwertungsbetriebe in Italien, Belgien, Tunesien und Osteuropa (TEXAID 2017). Die Exporte erfolgen größtenteils innerhalb Osteuropas (34,9 %), aber auch nach Afrika (27,8 %), Westeuropa (26 %), in den Fernen (6,9 %) und Nahen Osten (2,8 %) (TEXAID 2017). Lediglich 1,2 % verbleiben in eigenen Shops in Deutschland (TEXAID 2017).

Eine weitere Re-Use-Maßnahme auf Ebene der Abfallvermeidung wurde 2012 unter dem Namen PACKMEE gegründet, die seit Dezember 2015 eine Marke der TEXAID-Gruppe darstellt (TEXAID s.a. e). Mit PACKMEE, einem Online-Rücknahmesystem, werden Bürger:innen angehalten Kleidung, Schuhe und Haushaltstextilien über den Postweg zu spenden (TEXAID s.a. e). Eingeschickt werden dürfen „Jacken, Mäntel, Blusen, Gürtel, Handschuhe, Hemden, Hosen, Pullover, Röcke, Schals, Schuhe, Sport- und Freizeitkleidung, Unterwäsche, Sportschuhe, Stiefel, T-Shirts, Hüte, Mützen, Handtaschen, Bettzeug, Gardinen, Bettfedern, Handtücher und Kissen“ (TEXAID s.a. e, s.p.). In einem ersten Schritt werden aussortierte Textilien in einem geeigneten Karton verpackt, welcher zu Hause mit einem kostenlosen Versandaufkleber versehen wird (TEXAID s.a. e). Damit kann das Paket bei der Post abgegeben werden und gelangt zu TEXAID (TEXAID s.a. e).

Die TEXAID Austria bietet neben B2C-Lösungen auch die Verwertung von Restwaren und Produktionsabfällen aus dem Textilhandel und der Produktion an (TEXAID s.a. f). Dabei wird die Restware sortiert, nicht brauchbare Textilien stofflich verwertet und hochwertige Ware auf dem weltweiten Markt angeboten (TEXAID s.a. f). Außerdem besteht eine Zusammenarbeit zwischen TEXAID Austria und dem Unternehmen Bettenreiter Österreich zur Textilsammlung und -verwertung (Bettenreiter 2022).

### 5.3.3 Personal

Insgesamt sind rund 1.000 Mitarbeitende in der TEXAID-Gruppe angestellt, wovon vier in Österreich bei der TEXAID Austria GmbH beschäftigt sind (TEXAID 2017).

### 5.3.4 Sammelmengen

Im Jahr 2017 konnten ca. 75.000 Tonnen an Alttextilien (inkl. Zukäufe) durch die TEXAID-Gruppe in Deutschland, Österreich, Spanien und in der Schweiz gesammelt werden (TEXAID 2017). Mittlerweile werden jährliche Sammelmengen von 80.000 Tonnen erfasst (TEXAID s.a. d). Erwünscht sind dabei „saubere Damen-, Herren- und Kinderkleidung, Lederbekleidung und Pelze, saubere, noch tragbare Schuhe (paarweise gebündelt), saubere Tisch-, Bett- und Haushaltswäsche, saubere Unterwäsche und Socken, Gürtel und Taschen, Daunendecken und -kissen“ (TEXAID s.a. d, s.p.). Die Materialstoffströme von der Sammlung (inkl. Zukäufe) bis zum Re-Use und zur Verwertung aller Gesellschaften von TEXAID sind in der Abbildung 23 dargestellt.

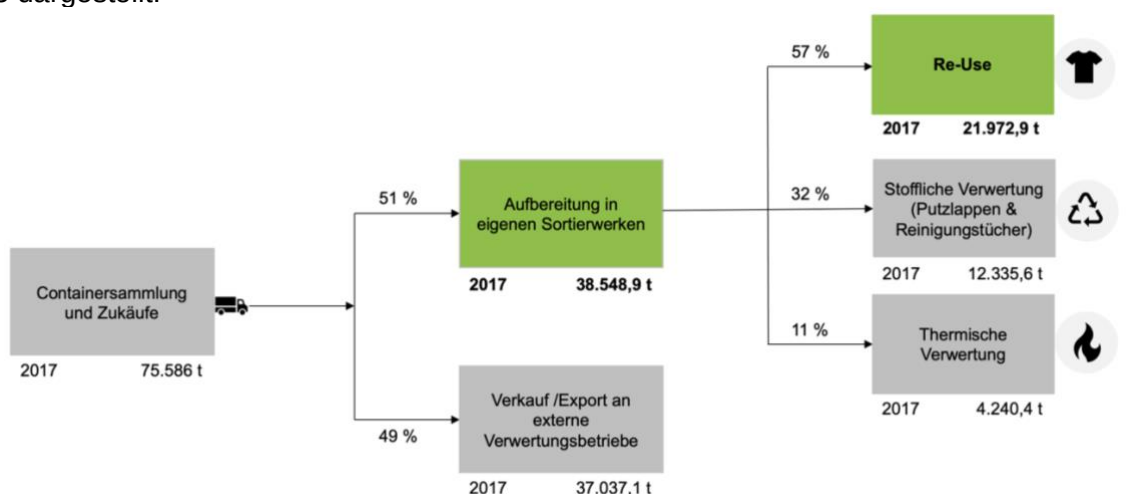


Abbildung 23: Materialstoffströme von der Sammlung (inkl. Zukäufe) bis zum Re-Use und zur Verwertung aller Gesellschaften von TEXAID in Tonnen (t) Textilien und Prozentanteile im Jahreszeitraum 2017 (verändert nach TEXAID 2017, 24)

Der konsolidierte Re-Use-Anteil liegt bei 57 % (TEXAID 2017). Die stoffliche Verwertung teilt sich zu 16 % in die Herstellung von Putz- und Reinigungstüchern sowie 16 % in die Herstellung von Recyclingwolle für neue Kleidung, Decken, Isolier- und Dämmstoffen (Downcycling) (TEXAID 2017). Rund 11 % der eigens sortierten Alttextilien werden thermisch verwertet (TEXAID 2017).

### 5.3.5 Finanzierung

Die TEXAID-Gruppe handelt laut eigenen Angaben gewinnorientiert, mit dem Ziel, finanzielle Mittel für die beteiligten Hilfswerke sowie für sonstige gemeinnützige Partnerorganisationen in einem ausgewogenen Verhältnis zum Unternehmensgewinn zu erwirtschaften (TEXAID 2017). Im Jahr 2017 verzeichnete die TEXAID-Gruppe einen Umsatz von 87 Millionen Franken (€ 89,5 Mio.) und einen operativen Verlust von 0,7 Millionen Franken (€ 0,72 Mio.) (TEXAID 2019). An gemeinnützige Organisationen der Unternehmensgruppe wurden 10,1 Millionen Franken (€ 10,4 Mio.) ausbezahlt (TEXAID 2019). Die generierten Erlöse des PACKMEE-Kartons kommen dem Deutschen Roten Kreuz zugute (TEXAID s.a. e; TEXAID 2017).



### 5.3.6 Marketing

Die TEXAID-Gruppe betreibt Online Content Management auf den eigenen Webseiten und Social-Media-Plattformen wie LinkedIn (TEXAID Schweiz 2022). Darüber hinaus plant und organisiert die Gruppe Messen und Events (TEXAID Schweiz 2022). Das Erstellen von Pressemitteilungen und Mailings zählt auch zu den Aufgaben des Marketings (TEXAID Schweiz 2022).

### 5.3.7 Business Model Canvas der TEXAID Austria GmbH

Das Geschäftsmodell des privatwirtschaftlichen Akteurs TEXAID ist in der Abbildung 24 auf seine neun Geschäftsmodellbausteine vereinfacht.

| Schlüsselaktivitäten                                                                                                                        | Schlüsselpartner                                                                                                                                                                                     | Werteangebote                                                                                                 | Kundenbeziehungen                                                                                                                             | Kundensegmente                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Containersammlung und Export von Alttextilien<br><br>Übernahme von Restware und Restposten<br><br>Online Rücknahmesystem „PACKMEE“          | Abfallwirtschaftsverbände/Kommunen<br>Privatpersonen<br>Karitative Organisationen<br>Handel<br><br><b>Schlüsselressourcen</b><br>Lage der Stellplätze<br>Containernetz<br>Fuhrpark<br>Logistiksystem | Getrennte Sammlung von Alttextilien<br><br>Textilrecycling<br><br>Verkauf von Originalware und beraubter Ware | Messen, Events<br>Sales-Manager:innen<br><br><br><b>Kanäle</b><br>Online: Webseiten, Social Media, Mailing<br><br>Offline: Pressemitteilungen | Privatpersonen (B2C)<br>Unternehmen (B2B) |
| <b>Kostenstruktur</b><br>Stellplatzgebühren der Sammelcontainer<br>Personalkosten<br>Betriebsmittel<br>Entsorgungskosten für Fehlwürfe/Müll |                                                                                                                                                                                                      | <b>Einnahmequellen</b><br>Verkauf/Export von Originalware und beraubter Ware                                  |                                                                                                                                               |                                           |

Abbildung 24: Business Model Canvas für den privatwirtschaftlichen Akteur „TEXAID“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011)

Schlüsselaktivitäten des privatwirtschaftlichen Akteurs TEXAID Austria GmbH sind die Containersammlung, der Export von Alttextilien und die Übernahme von Restanten. Ebenso wird das Online-Rücknahmesystem PACKMEE in Österreich angeboten. Die wichtigsten Schlüsselpartner sind in erster Linie Akteure wie Abfallwirtschaftsverbände/Kommunen, die Stellplätze im öffentlichen oder privaten Raum zur Verfügung stellen. Andere Schlüsselpartner sind karitative Organisationen, sowie der Groß- und Einzelhandel im Textilsektor. Für das Funktionieren des Geschäftsmodells sind die Lage der Stellplätze, das Containernetz, der Fuhrpark und das computergestützte Logistiksystem die bedeutendsten Schlüsselressourcen. Das Werteangebot der TEXAID Austria GmbH setzt sich aus der getrennten Alttextilsammlung, Textilrecycling und dem Angebot von sortierter und unsortierter Ware zusammen. TEXAID Austria tritt durch Sales-Manager:innen und das Veranstellen von Events und Messen in Kontakt mit Partner und Großkunden. Wichtige Kanäle zur Bekanntmachung der Geschäftstätigkeiten sind die Firmenwebseite, Social-Media-Plattformen wie LinkedIn, Mailingdienste und Zeitschriften. Die Kundensegmente der TEXAID Austria unterteilen sich in Business-to-Consumer (B2C) und Business-to-Business (B2B). Sortier- und Verwertungsbetriebe in Europa, Asien und Afrika sind Abnehmer der Waren. Die

hauptsächlich Kosten liegen in den Stellplatzgebühren für die Sammelcontainer, in der Bezahlung des Personals, der Betriebsmittel und Entsorgung der Fehlwürfe/Müll. Einnahmen erzielt die TEXAID Austria durch die Verkaufserlöse der exportierten Sammelwaren (Putzlappen und Reinigungstücher).

## 5.4 Gegenüberstellung der privatwirtschaftlichen Organisationen

Die Geschäftsmodelle der drei privatwirtschaftlichen Organisationen sind zum direkten Vergleich in der Tabelle 8 gegenübergestellt.

Tabelle 8: Gegenüberstellung der ausgewählten privatwirtschaftlichen Organisationen ÖPULA, FCC Textil2Use und TEXAID (Eigene Darstellung)

| Kriterium                    | ÖPULA                                                                                                                                           | FCC Textil2Use                                                                                          | TEXAID                                                                                          |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Rechtsform                   | Kapitalgesellschaft (GmbH)                                                                                                                      | Kapitalgesellschaft (GmbH)<br>FCC-Gruppe:<br>Aktiengesellschaft (AG)                                    | Kapitalgesellschaft (GmbH); TEXAID-Gruppe: AG                                                   |
| Organisationsziel            | Steigerung der Wertschöpfung und des Anteils an vermarktaren Textilien                                                                          | Steigerung der Wertschöpfung und des Anteils an vermarktaren Textilien                                  | Steigerung der Wertschöpfung und des Anteils an vermarktaren Textilien                          |
| Sammelverfahren              | Containersammlung; Lizenzsystem                                                                                                                 | Containersammlung, Entleerung durch selbstständige Fahrer:innen                                         | Containersammlung, PACKMEE Online-Rücknahmesystem                                               |
| Sammel-mengen (Alttextilien) | 10.000 t/a                                                                                                                                      | 4.250 t/a (Österreich)<br>8.500 t/a (Insgesamt)                                                         | 80.000 t/a inkl. Zukäufe (gesamte TEXAID AG)                                                    |
| Sortierung                   | Extern im Ausland                                                                                                                               | Extern im Ausland                                                                                       | Extern und intern im Ausland                                                                    |
| Re-Use-Anteil                | 50 %<br>(In- und Ausland)                                                                                                                       | 3 %<br>(Cremeware In- und Ausland)                                                                      | 57 %<br>(In- und Ausland)                                                                       |
| Verkauf/Export               | Keine genauen Daten vorhanden                                                                                                                   | 100 % der Originalware                                                                                  | 49 % der Originalware (Verkauf an Dritte)                                                       |
| Schlüsselaktivitäten         | Getrennte Wertstofffassung, Alttextilsammlung, Entfernung von Fehlwürfen Putzlappenhandel                                                       | Getrennte Wertstofffassung, Altkleidersammlung, Entfernung von Fehlwürfen, Vermarktung der Originalware | Getrennte Wertstofffassung, Alttextilsammlung, -behandlung und -verwertung                      |
| Schlüsselressourcen          | Containernetz, Lizenzen, Fuhrpark, Lagerflächen                                                                                                 | Stellplätze, Containernetz, Qualität der Ware, Know-how der Fahrer:innen,                               | Lage der Stellplätze, Containernetz, Fuhrpark, Logistiksystem                                   |
| Schlüsselpartner             | Karitative Organisationen (Lizenzgeber), AWW, Kommunen                                                                                          | AWV/Kommunen, private Institutionen, selbstständige Fahrer:innen                                        | AWV/Kommunen, Privatpersonen, karitative Organisationen, Handel                                 |
| Wertangebote                 | Unterstützung karitativer Organisationen bei der getrennten Sammlung und Vermarktung von Alttextilien, Textilrecycling, Angebot an Originalware | Getrennte Sammlung als Dienstleistung, Verkaufsangebot von Originalware in 3 Qualitäten                 | Getrennte Sammlung und Verwertung von Alttextilien, Verkauf von Originalware und beraubter Ware |
| Kundenbeziehungen            | Persönlicher Kontakt                                                                                                                            | Persönlicher Kontakt                                                                                    | Sales-Manager:innen, Messen, Events                                                             |

| Kriterium       | ÖPULA                                                                                       | FCC Textil2Use                           | TEXAID                                                   |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Kanäle          | Online & offline                                                                            | Online & offline                         | Online & offline                                         |
| Kunden-segmente | Textilgroßhändler, Sortierbetriebe                                                          | Sortierbetriebe                          | Privatpersonen, Unternehmen, Verwertungsbetriebe         |
| Finanzierung    | Verkaufserlöse                                                                              | Verkaufserlöse (Export)                  | Verkaufserlöse                                           |
| Kostenstruktur  | Stellplatzgebühren, Personal, Betriebsmittel, Entsorgung, Beträge an karitative Lizenzgeber | Stellplatzgebühren, Personal, Entsorgung | Stellplatzgebühren, Personal, Betriebsmittel, Entsorgung |

Die Organisationen des privatwirtschaftlichen Sektors haben das gemeinsame Ziel, den Anteil an vermarktbar Textilen und die Wertschöpfung zu erhöhen. Der größte Unterschied liegt in ihren Formen der Sammeltätigkeit, welche von Lizenzsystemen (ÖPULA) über Verträge mit selbstständigen Fahrer:innen (FCC) bis hin zu einem eigens entwickelten computergestützten Logistiksystem für Containerentleerungen (TEXAID) reicht. Lediglich ÖPULA kooperiert in Österreich mit karitativen Organisationen, die als Lizenzgeber ihre Logos zur Verfügung stellen und dafür im Gegenzug einen Teil des Erlöses erhalten. Die höchsten Alttextilmengen sammelt die TEXAID AG, wobei diese nicht nur in Österreich tätig ist. Die gesammelten Alttextilien werden in den meisten Fällen im Originalzustand unsortiert exportiert. Während FCC und ÖPULA die Originalware an ausländische Sortierbetriebe verkaufen, verfügt die TEXAID AG über eigene Sortieranlagen, in denen ca. die Hälfte der Originalware sortiert wird.

Damit das Geschäftsmodell funktioniert sind Sammelbehälter, Fahrzeuge, Lagerflächen, Know-how des Personals sowie gute Stellplätze und hochwertige Sammelwaren unumgänglich. Alle Akteure finanzieren die Tätigkeiten über die Vermarktung und den Export der Originalware oder beraubten Ware (ohne Cremeware) an Verwertungsbetriebe. Die größten Kostenfaktoren für kommerzielle Organisationen, die sich mit der Sammlung von Alttextilien befassen, sind die Stellplatzgebühren für die Sammelcontainer, das Personal, die Betriebsmittel und Entsorgungskosten.

## 6. Organisationen des karitativen Sektors

Laut einer Befragung der Market Marktforschungs GmbH & CoKG (2019) werden gemeinnützige Organisationen von der österreichischen Bevölkerung positiv und als wichtig wahrgenommen, da diese einen entscheidenden Beitrag für die Gesellschaft leisten, Lebensqualität sichern und zur Bewusstseinsbildung beitragen. Der österreichische Nonprofit-Sektor kennzeichnet sich in seiner historischen Entwicklung durch den Föderalismus, die starke Idee der Selbstverwaltung, den Einfluss der katholischen Kirche und Politik sowie seiner Abhängigkeit von öffentlichen Mitteln (Neumayr et al. 2007; Meyer et al. 2010). Vielfach fungieren Bundesorganisationen lediglich als koordinierende Dachverbände und haben oft eine relativ schwache Position im Vergleich zu den Organisationen auf Landesebene, die hohe Autonomie genießen (Neumayr et al. 2007; Meyer et al. 2010). Die eigentliche Verwaltung der Tätigkeiten erfolgt somit dezentral in den verschiedenen Landesverbänden (Meyer et al. 2010). Darüber hinaus stehen Organisationen oft in Zusammenhang mit der katholischen Kirche, wie beispielsweise die Caritas Österreich, die zu den größten und einflussreichsten gemeinnützigen Organisationen Österreichs zählt (Meyer et al. 2010). In Österreich sind Vereine quantitativ gesehen, die wichtigste nicht-gewinnorientierte Organisationsform (Simsa und Schober 2012). „Ein Verein im Sinne des Vereinsgesetzes 2002 ist ein freiwilliger, auf die Dauer angelegter, auf Grund von Statuten organisierter Zusammenschluss mindestens zweier Personen zur Verfolgung eines bestimmten, gemeinsamen, ideellen Zwecks. Der Verein genießt Rechtspersönlichkeit (§ 1 Abs. 1 VerG 2002)“ (BMF 2016, 11).

Die meisten Re-Use-Organisationen des karitativen bzw. gemeinnützigen Sektors haben es sich zum Ziel gesetzt, Menschen in Not mit preiswerten Haushaltsgegenständen zu versorgen und Langzeitarbeitslosen oder anderen sozial benachteiligten Personen die Möglichkeit zu geben, praktische Fähigkeiten zu erwerben und sich wieder in die Gesellschaft einzubringen, sowie Freiwilligenarbeit zu leisten (Williams und Shaw 2017). In den meisten Fällen fokussieren sich karitative Organisationen auf die Sammlung und den Verkauf von Alttextilien, um mit den Erlösen intern soziale Projekte zu finanzieren (Korolkow 2015). Aufgrund der arbeitsintensiven Sammellogistik kooperieren manche Einrichtungen mit gewerblichen Alttextilsammelunternehmen (Korolkow 2015). Grund dafür sind Schwierigkeiten bei der Selbstfinanzierung, da karitative Organisationen oft auf externe finanzielle, politische oder humanitäre Unterstützung angewiesen sind (Williams und Shaw 2017). Im Folgenden werden die gemeinnützigen Organisationen „RepaNet“, „HUMANA“, „Caritas Österreich“, „Österreichisches Rotes Kreuz“ und „Volkshilfe“ als relevante Akteure des karitativen Sektors vorgestellt und die Rahmenbedingungen, Funktionsweisen, das Personal, die Sammelmengen, Finanzierung und das Marketing beleuchtet.

### 6.1 RepaNet - Re-Use- und Reparaturnetzwerk Österreich: Sachspendendrehscheibe „WIDADO“

Das Re-Use- und Reparaturnetzwerk Österreich, kurz RepaNet, ist seit dem Jahr 2004 ein gemeinnütziger Verein mit dem Ziel die Wiederverwendung, Ressourcenschonung und Beschäftigung im Umweltbereich zu fördern (Neitsch 2022; RepaNet s.a. a; RepaNet s.a. b).

#### 6.1.1 Rahmenbedingungen

Der Verein betreibt kein operatives Geschäft in der Textilsammlung und -verwertung, sondern fungiert als Interessensvertretung der zugehörigen sozialwirtschaftlichen und karitativen

Organisationen (Neitsch 2022). Die Hauptaufgaben von RepaNet liegen im Organisieren von regelmäßigen Mitgliedertreffen zum Informationsaustausch und der Interessensvertretung gegenüber Ministerien oder Kommunen, um die Bedürfnisse und Wünsche der Mitglieder einzubringen (Neitsch 2022). Die RepaNet-Mitglieder setzen sich aus sozialwirtschaftlichen Organisationen, NGOs und „Social Businesses“ zusammen, die in Österreich Arbeit im Bereich Re-Use, Reparatur, Ressourcenschonung und Reintegration von Langzeitarbeitslosen leisten (RepaNet s.a. c).

### 6.1.2 Funktionsweise

Der Verein RepaNet wird durch die Organe Generalversammlung, Vorstand, Geschäftsführung, Rechnungsprüfer:innen, Schiedsgericht sowie das Büroteam organisiert (Neitsch 2022; RepaNet s.a. d). Darüber hinaus unterteilen sich die Mitglieder (§ 4) des Vereins in ordentliche Mitglieder, „die sich voll an der Vereinsarbeit beteiligen“, Fördermitglieder, „die die Vereinstätigkeit vor allem durch Zahlung eines Mitgliedsbeitrags“ unterstützen und personelle Ehrenmitglieder, die „wegen besonderer Verdienste um den Verein ernannt werden“ (RepaNet s.a. d, s.p.).

Seit dem Jahr 2021 entwickelt RepaNet im Rahmen des Pilotprojekts „Sachspendendrehscheibe“ nach dem französischen Vorbild „Label Emmaüs“ eine E-Commerce-Plattform für sozialwirtschaftliche Re-Use-Betriebe unter dem Namen WIDADO (Schanda und Neitsch 2021; Neitsch 2022). Betreiber der Plattform ist die eigens gegründete RepaNet-Service GmbH, die aus Haftungsgründen für das operative Geschäft zuständig ist (Neitsch 2022). Ziel ist es, Kund:innen aus ganz Österreich die Möglichkeit zu geben auf diesem Online-Marktplatz qualitativ hochwertige Gebrauchtwaren zu erwerben (Schanda und Neitsch 2021). Der Online-Shop sollte im Idealfall ein Mix aus höherpreisigen und kostengünstigen Produkten anbieten (Neitsch 2022). Für die Entwicklung der passenden Verkaufsstrategien sind die Re-Use-Betriebe eigens verantwortlich (Neitsch 2022). Die Zusammenarbeit mit den Mitgliedern wurde vertraglich festgelegt, um die Zahlungsflüsse und die Finanzierung zu regeln (Neitsch 2022). Für die 26 teilnehmenden sozialwirtschaftlichen oder karitativen Organisationen bieten sich dadurch die Vorteile, kostenlos und ohne enormen Aufwand ins E-Commerce einzusteigen und Produkte online unter einem Dach anbieten zu können (Schanda und Neitsch 2021; Neitsch 2022). RepaNet gibt Qualitätsanforderungen mit klaren Richtlinien für die Fotoaufnahmen und Produktbeschreibungen vor (Neitsch 2022). Die Plattform wird durch ein neu formiertes IT-Team in Graz programmiert (Schanda und Neitsch 2021). Um auf der Plattform die größtmögliche Qualität zu gewährleisten, setzt RepaNet auf standardmäßige Ausrüstung, den Einsatz von künstlicher Intelligenz zur Fotonachbearbeitung und intensive bilaterale Arbeit mit den Betrieben (Schanda und Neitsch 2021).

### 6.1.3 Personal

RepaNet beschäftigt 14 aktive Mitarbeiter:innen, wovon ca. zehn Vollzeit angestellt sind (Schanda und Neitsch 2021). Das Netzwerk verzeichnete im Jahr 2021 ein Wachstum auf 40 Mitgliedorganisationen (RepaNet 2022). Die Mitgliedsbetriebe von RepaNet sind österreichweit verteilt und betreiben insgesamt 168 Re-Use-Shops, die von 2,06 Millionen Kund:innen im Jahr 2021 besucht wurden (RepaNet 2022).

### 6.1.4 Sammelmengen der RepaNet-Mitglieder

Insgesamt legen 19 Vereinsmitglieder einen Fokus auf die Sammlung und Verwertung von Alltextilien (RepaNet s.a. c). Zum Beispiel diverse Caritas (z.B. Eisenstadt, Kärnten, Wien),

Gwandolina, die Halleiner Arbeitsinitiative HAI GmbH, der Verein IDUNA, die INTEGRA Vorarlberg, die KÜMMEREI (Job-TransFair), PAP - Pongauer ArbeitsProjekt, pro mente steiermark GmbH, Rotes Kreuz Niederösterreich, Soziale Betriebe Kärnten GmbH (SBK), Soogut-Sozialmärkte, Soziale Arbeit GmbH und die Volkshilfe (z.B. Arbeitswelt, Wien gemeinnützige, Tirol StartUp GmbH - Projekt Werkbank) (RepaNet s.a. c). Neben der klassischen Altkleidersammlung via Container nehmen die Mitglieder auch direkte Kleiderspenden der Bevölkerung entgegen (Neitsch 2022). In der Abbildung 25 sind die Input- und Outputmengen der RepaNet-Mitglieder aus dem Jahr 2021 für Alttextilien, Elektroaltgeräte und sonstige Warengruppen dargestellt.

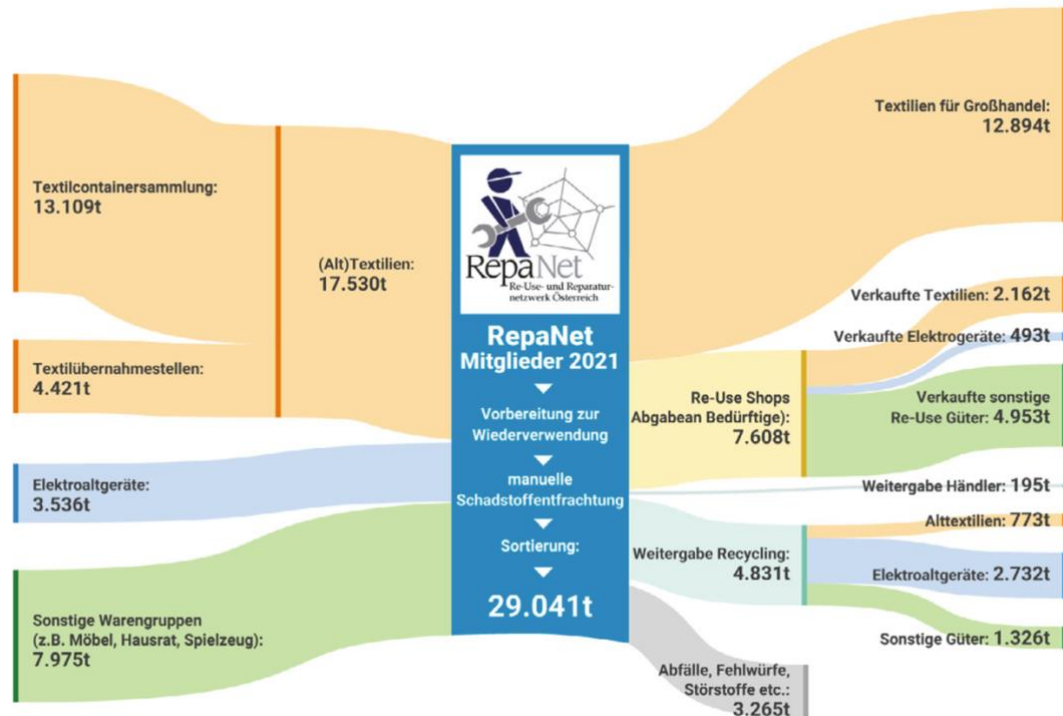


Abbildung 25: Gegenüberstellung der Input- und Outputmengen in Tonnen (t) der RepaNet-Mitglieder aus dem Jahr 2021 für Alttextilien, Elektroaltgeräte und sonstige Warengruppen (RepaNet 2022, 15).

Im Jahr 2021 konnten 17.530 Tonnen Alttextilien und Schuhe gesammelt werden, wovon der Großteil (75 %) mittels 2.303 Sammelcontainern und der Rest (25 %) durch persönliche Spenden in 223 Annahmestellen erfasst wurde (RepaNet 2022). Im Vergleich zum Vorjahr ist ein positiver Anstieg der persönlichen Übergaben von 41,6 % feststellbar (RepaNet 2022). Da die durch Container getrennt erfassten Alttextilien und Schuhe als Abfall gelten, werden sie durch die Betriebe geprüft und nach einem Leitfaden offiziell das Abfallende festgestellt, um Sicherheitsrisiken auszuschließen (Neitsch 2022). Von den gesammelten Mengen wurden 13 % (2.162 t) als Cremeware online oder in Shops verkauft oder stark vergünstigt bzw. kostenlos an Sozialschwache abgegeben (RepaNet 2022). Der Großteil (44 %) der gesammelten Alttextilien (7.672 t) wurde unsortiert im Originalzustand (Originalware) und 30 % (5.222 t) als beraubte/sortierte Ware (ohne Cremeware) an den Handel verkauft (RepaNet 2022). Der Verkauf an den Handel bedeutet in den meisten Fällen einen Export nach Ost- und Südeuropa, wo die Ware hinsichtlich eines Zielmarktes sortiert und weiter an internationale Händler vertrieben wird (RepaNet 2022). Der Rest der gesammelten Alttextilien wurde entweder stofflich für Putzvetzen bzw. im Faserrecycling verwertet (4 %, 773 t) oder entsorgt (9 %, 1.612 t) (RepaNet 2022). Bei RepaNet lag im Jahr 2021 die inländische Re-Use-Quote betreffend Textilien und Schuhe bei 12,3 % (RepaNet 2022).

### 6.1.5 Finanzierung

Der Verein RepaNet hat keine Gewinnabsichten und finanziert sich aus Mitglieds- und Förderbeiträgen, Spenden, öffentlichen Förderungen und Werkverträgen (Schanda und Neitsch 2021). Die Finanzierung stammt nur zu einem geringen Teil aus Mitgliedsbeiträgen, da die gemeinnützigen und sozialen Organisationen selbst über geringe finanzielle Ressourcen verfügen (Neitsch 2022). Dies bedeutet, dass der größte Anteil der Finanzierung über öffentliche Förderprojekte und Aufträge erfolgt (Neitsch 2022). Die Onlineplattform WIDADO finanziert sich im Grundgedanken über die Umsätze der teilnehmenden Betriebe und soll sich in drei Jahren wirtschaftlich selbst tragen (Neitsch 2022). Bis dies der Fall ist, soll der Gap über Fördermittel oder Kredite ausgeglichen werden (Neitsch 2022). Wenn zum Beispiel eine teilnehmende Organisation ein T-Shirt über die Plattform verkauft, geht ein Teil des Erlöses an eine Kreditkartenfirma als Zahlungsdienstleister, einen Teil erhält WIDADO bzw. RepaNet und den Rest bekommt der Betrieb (Kepplinger-Past 2022). In Summe geben die Re-Use-Betriebe ca. 15 % des Verkaufserlöses ab (Kepplinger-Past 2022). Im Jahr 2021 beliefen sich die Ausgaben des Vereins auf etwa € 420.000, wovon die Personalkosten mit ca. 70 % den Großteil ausmachten (Schanda und Neitsch 2021). Die restlichen Kosten teilen sich auf Bürotätigkeiten und -materialien, Fremdvergaben, Veranstaltungskosten, Reisekosten, Mitgliedsbeiträge, Fortbildungen, Bankspesen, Buchhaltung, Lohnverrechnung und sonstige Aufwendungen auf (Schanda und Neitsch 2021). Die Markterlöse der RepaNet-Mitglieder setzen sich bei Alttextilien zu 59 % durch den Verkauf in eigenen Shops und zu 41 % durch den Verkauf an den Großhandel bzw. Recycling zusammen (RepaNet 2021).

### 6.1.6 Marketing

Das PR-Team von RepaNet plant und bereitet die ersten Schritte der Launchkampagne und Pressekonferenz von WIDADO vor (Schanda und Neitsch 2021; Neitsch 2022). Mit der Plattform möchte man Online-Käufer:innen ansprechen, die keine Erfahrungen mit physischen Secondhandshops aufweisen und ihnen eine Kaufmöglichkeit im virtuellen Raum bieten (Neitsch 2022). Bei der Kommunikation möchte RepaNet zwei verschiedene Kommunikationsschienen bespielen (Neitsch 2022). Zum einen sollen Online-Marketing- und Social-Media-Aktivitäten mit Unterstützung zweier Marketingagenturen durchgeführt werden (Schanda und Neitsch 2021; Neitsch 2022). Zum anderen soll WIDADO mit kommunaler Unterstützung der Umwelt- und Abfallberatung in den Gemeinde- und Abfallverbandsmedien und Social-Media-Kanälen beworben werden (Neitsch 2022).

### 6.1.7 Business Model Canvas von RepaNet

Das Organisationsmodell des Netzwerkes und der Online-Plattform WIDADO, die vom karitativen Akteur RepaNet initiiert wurde, ist in der Abbildung 26 auf seine neun Geschäftsmodellbausteine heruntergebrochen.

Schlüsselaktivitäten von RepaNet sind die Interessensvertretung und aktive Koordinations- bzw. Unterstützungsarbeit der sozialwirtschaftlichen Mitgliedsbetriebe. Um Re-Use in Österreich quantitativ abbilden zu können, führt RepaNet jährliche Hochrechnungen und Schätzungen der wiederverwendeten Mengen durch. Kürzlich wurde die RepaNet-Service GmbH gegründet, um die E-Commerce-Plattform WIDADO ins Leben zu rufen. Die wichtigsten Schlüsselpartner von RepaNet sind in erster Linie sozialwirtschaftliche und karitative Organisationen, die ebenso Vereinsmitglieder sind und zum Vereinsziel beitragen. Zusätzliche Schlüsselpartner sind Kommunen, Ministerien und die Wirtschaft, mit denen RepaNet regelmäßig im Austausch steht. Für das Funktionieren des Vereins und der Plattform

sind Fördermittel, -projekte, die Vereinsmitglieder und das Personal die bedeutendsten Schlüsselressourcen.

| Schlüsselaktivitäten                                                                                                                                                                                                   | Schlüsselpartner                                                                                                                                                         | Werteangebote                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Kundenbeziehungen                                                                                                                                                                                                                      | Kundensegmente                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Interessenvertretungsarbeit</li> <li>Organisation von Mitgliedertreffen</li> <li>Erfassung/Hochrechnung der Re-Use-Mengen</li> <li>Gründung der RepaNet-Service GmbH</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sozialwirtschaftliche Vereinsmitglieder</li> <li>Ministerien</li> <li>Kommunen</li> <li>Wirtschaft</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>E-Commerce-Plattform für Online-Käufer:innen und sozialwirtschaftliche Re-Use-Betriebe</li> <li>Breites Gebrauchtwarenangebot unterschiedlicher Qualitäten und Produktgruppen</li> <li>Etablierung der Dachmarke WIDADO</li> <li>Abfallvermeidung &amp; Vorbereitung zur Wiederverwendung</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Communitys: Netzwerk</li> <li>Dedizierte, persönliche Unterstützung der Partner</li> <li>Vollautomatisierte Kundenbeziehung</li> </ul>                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Zielgruppe: Online-Kund:innen Österreichs</li> <li>Re-Use-Betriebe</li> </ul> |
| Kostenstruktur                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Einnahmequellen/Finanzierung                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Personalkosten</li> <li>Büromaterialien</li> <li>Reisekosten</li> <li>Bankspesen</li> <li>Buchhaltung</li> </ul>                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mitgliedsbeiträge</li> <li>Veranstaltungskosten</li> <li>Fremdvergaben</li> <li>Fortbildungen</li> <li>Lohnverrechnung</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Betrieb der Webseite</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Öffentliche Förderprojekte und Aufträge</li> <li>Mitglieds- und Förderbeiträge</li> <li>Spenden</li> <li>Werkverträge</li> <li>Provisionen und Fixbeträge der teilnehmenden Betriebe</li> </ul> |                                                                                                                      |

Abbildung 26: Business Model Canvas für den karitativen Akteur „RepaNet“, Betreiber der gemeinnützigen E-Commerce-Plattform „WIDADO“. Darstellung der Informationen zu RepaNet allgemein in grau und Informationen zu WIDADO in grün (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011)

Die RepaNet-Service GmbH bietet eine Online-Plattform an, die Online-Käufer:innen und Anbieter von Gebrauchtwaren zusammenbringt (Werteangebot). Zu Beginn sind 26 Organisationen an Bord, es können aber jederzeit Weitere einsteigen. Die Plattform beinhaltet ein breites Gebrauchtwarenangebot unterschiedlicher Qualitäten und Produktgruppen. Vorteile für die teilnehmenden Re-Use-Partner sind Geld-, Personalsparnisse und die Möglichkeit gemeinsam unter einer Dachmarke Gebrauchtwaren anzubieten. Auf Veranstaltungen und Vorträgen wird ebenso versucht, die Bevölkerung mit dem Netzwerk und den Re-Use-Initiativen vertraut zu machen. Wichtige Kanäle zur Bewusstseinsbildung und Bekanntmachung sind die eigene Homepage und die Partnerwebseiten im Internet. Offline werden PR-Anzeigen, Werbung im Radio oder Inserate in Printmedien geschaltet. Zielkundensegment ist die österreichische Bevölkerung, die preiswert, sozial und nachhaltig einkaufen möchte. Der größte Kostenfaktor von RepaNet ist die Bezahlung der Mitarbeiter:innen. Zusätzliche Kosten liegen in den Bereichen Büromaterialien, Reisen, Buchhaltung und Veranstaltungen. Die hauptsächlichen Kosten von WIDADO liegen im Betrieb der Website sowie Ausgaben im Bereich Marketing. Grundsätzlich erzielt RepaNet Einnahmen durch öffentliche Förderprojekte und Aufträge, Mitglieds- und Förderbeiträge, Spenden und Werkverträge. Die E-Commerce-Plattform finanziert sich durch den Umsatz (Provisionen und Fixbeiträgen der teilnehmenden Betriebe), den die Re-Use-Organisationen erwirtschaften. Die Verkaufserlöse der Gebrauchtwaren verbleiben bei den Re-Use-Betrieben.



## 6.2 HUMANA People to People Austria

Die Bewegung „HUMANA People to People“ hat bereits in den 1970er Jahren mit dem Ziel, Hilfe in Afrika zu leisten, begonnen und dazu geführt, dass 1996 die gleichnamige internationale Föderation ins Leben gerufen wurde (HUMANA s.a. d). Aktuell besteht die Föderation aus 29 Mitgliederorganisationen, die in Europa, Nord-, Südamerika, Asien und Afrika angesiedelt sind (HUMANA s.a. d).

### 6.2.1 Rahmenbedingungen

Im Jahr 1986 wurde der Verein für Entwicklungszusammenarbeit „HUMANA People to People“ in Österreich gegründet (HUMANA s.a. d). Der Vereinszweck liegt in der Hilfe zur Selbsthilfe, um Menschen in Not, ausgelöst durch Katastrophen oder Flucht, zu unterstützen (HUMANA s.a. b). Vor allem in den Ländern Angola, Indien, Mosambik, Namibia, Sambia und Südafrika ist HUMANA aktiv (HUMANA s.a. b). Das Grundprinzip des Social Business' besteht darin, Alttextilien zu sammeln und zu verkaufen, um durch die Reinerlöse eigene Entwicklungsprojekte zu finanzieren (HUMANA s.a. a; HUMANA s.a. d; Zauner 2022). Im Zuge dessen verfügt HUMANA über Gewerbeberechtigungen für den „Handel mit Altwaren“, Alt- und Abfallstoffen, für die „Sammlung/Behandlung von nicht gefährlichen Abfällen“ sowie die „Güterbeförderung mit Kraftfahrzeugen“ (HUMANA s.a. a, s.p.). In Österreich betreibt die Organisation mittlerweile einen Onlineshop und 18 Secondhandshops, welche sich vor allem in Wien, aber auch in Salzburg und in Graz befinden (HUMANA s.a. e.).

### 6.2.2 Funktionsweise

Bei HUMANA Österreich gibt es aus abfallwirtschaftlicher Sicht zwei Wege, wie gebrauchte und aussortierte Textilien der Bevölkerung in den Wiederverkauf gehen. Einerseits erfolgt die Sammlung innerhalb des Abfallregimes via Container. Im öffentlichen Raum sind knapp 2.200 HUMANA-Sammelcontainer in Wien, Niederösterreich, Burgenland, Steiermark, Kärnten, Oberösterreich und Salzburg aufgestellt (Zöhrer 2022; HUMANA s.a. b; Karigl et al. 2019). Andererseits werden kleinere Mengen in Form von Kleiderspenden in den Filialen entgegengenommen (Zöhrer 2022). In einem nächsten Schritt sammeln Fahrer:innen die Alttextilien aus den aufgestellten Containern, sowie Spenden aus den Filialen ein und bringen sie in das zentrale Sammelager im 23. Wiener Gemeindebezirk (Zöhrer 2022). Dort werden die Textilien und Schuhe von den Transportfahrzeugen in Gitterboxen entladen, grob vorsortiert, d.h. Stör- und Fremdstoffe entfernt, und danach in sogenannte Big-Bags umgefüllt (Zöhrer 2022, Karigl et al. 2019). Die Big-Bags werden verwogen und für eine spätere Identifizierung mit einer Nummer, dem Gewicht, Datum und der Herkunft beschriftet (Karigl et al. 2019). Diese werden dann an Partnersortierwerke verkauft, wo die Textilien nach Qualität, Saison, Jahreszeit oder Jahrzehnt (80er, 90er) händisch sortiert werden (Zöhrer 2022). Das Hauptsortierwerk ist die Firma HUMANA Slovakia s.r.o., welches von Österreich aus beliefert wird und sich in der Slowakei befindet (Zöhrer 2022; Karigl et al. 2019). Im Detail gibt es bei der manuellen Sortierung die zwei Schritte Haupt- und Feinsortierung sowie die drei Hauptsortierfraktionen re-use-fähige Gebrauchtkleider und -schuhe, Alttextilien zum Recycling und Abfall (Karigl et al. 2019). Bei der Hauptsortierung wird auf 35 Sortiertischen nach den Kategorien „tragbare Textilien“ (Re-Use innerhalb und außerhalb Europas), „Recycling-Ware“ (Papier, Baumwolle, Plastiksäcke, Strickware, Metalle), „Schuhe“, „Textilabfall“ und „sonstiger Abfall“ differenziert (Karigl et al. 2019, 9). Ein Teil der Textilien (Schuhe und Europa-Shop-Ware) wird einer weiteren Feinsortierung unterzogen, bei der höher qualifizierte Mitarbeiter:innen mithilfe eigener Sortier- bzw. Trendkataloge die Waren in A-, B- oder C-Qualität einteilen (Zöhrer 2022; Karigl et al. 2019). Während A- und B-Qualitäten in Europa verkauft werden, gelangt C-Ware in andere Wirtschaftsmärkte (Zöhrer 2022). Unter

A-Ware fällt beispielsweise trendige und modische Kleidung (Zöhler 2022). HUMANA bestellt und kauft je nach Bedarf entsprechende Ware aus dem Sortierbetrieb ein und verkauft diese in den eigenen Secondhandshops (Zöhler 2022; Humana s.a. c). Kleidungsstücke, die in den Shops für eine längere Zeit und auch bei Aktionswochen nicht verkauft werden konnten, werden an die Sortierwerke retour gesendet, dort erneut eingespeist und als B-Ware kategorisiert (Zauner 2022). Außerdem betreibt HUMANA einen Online-Shop für Damen- und Herrenbekleidung sowie Accessoires (Zöhler 2022). Der Ablauf bzw. die Funktionsweise des Organisationsmodells von HUMANA ist in der Abbildung 27 grafisch dargestellt.

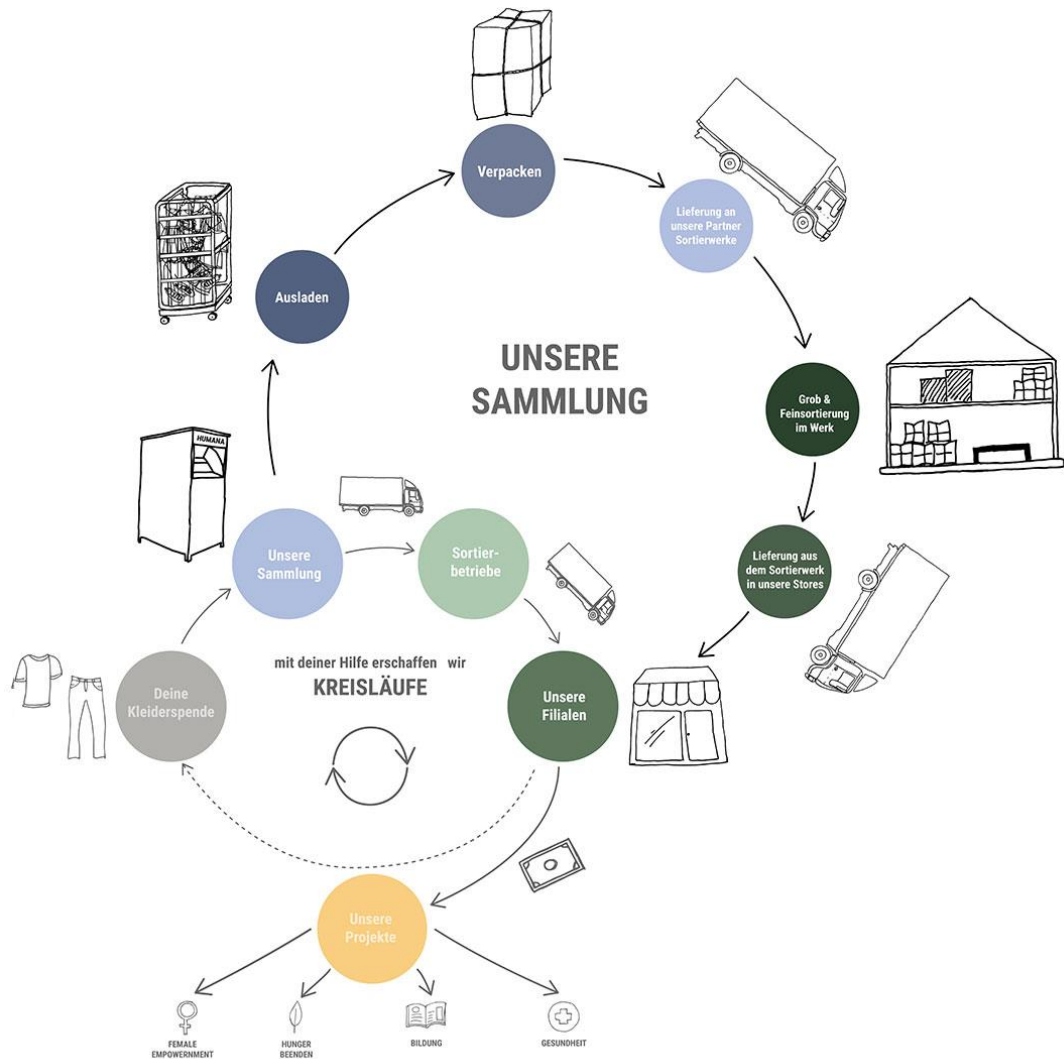


Abbildung 27: Textilsammlung bei HUMANA Österreich (HUMANA s.a. c, s.p.)

### 6.2.3 Personal

HUMANA beschäftigt ein 115-köpfiges Team bestehend aus Fahrer:innen, Lagerarbeiter:innen, Verkäufer:innen, Buchhaltung, Backoffice, Marketing und Management (HUMANA 2022). In den Verkaufsshops sind ca. 80 Mitarbeiter:innen angestellt (Zauner 2022). Insgesamt gibt es 49 Vollzeitmitarbeiter:innen (HUMANA 2022). Das Marketingteam ist aus Kostengründen relativ klein gehalten und Mitarbeiter:innen sind oft übergreifend für Aufgaben zuständig (Zöhler 2022).

## 6.2.4 Sammelmengen und Sortiment

Im Jahr 2021 konnte HUMANA Österreich 7.300 Tonnen (Alt-)Textilien sammeln (HUMANA 2022). Im Schnitt werden täglich 200 „neue“ Kleidungsstücke pro Filiale eingehängt (HUMANA s.a. e). Im Jahr 2021 besuchten 263.584 Kund:innen die HUMANA-Shops, die 585.000 Kleidungsstücke für durchschnittlich € 7,71 pro Stück gekauft haben (HUMANA 2022). Eine Untersuchung des Umweltbundesamtes von Karigl et al. (2019) zur Verwertung von gesammelten Alttextilien kam für das Jahr 2017 zu dem Ergebnis, dass die von HUMANA gesammelten Alttextilien und -schuhe zu 67,3 % wiederverwendet, zu 23 % recycelt und zu 9,7 % entsorgt werden. Wirft man einen detaillierten Blick auf die Wiederverwendung (Re-Use) erfolgt diese zu 14,8 % als Shop-Ware in Europa und 52,5 % weltweit (Karigl et al. 2019). Bei HUMANA sind Bekleidung für Damen, Herren und Kinder, Haus- und Heimtextilien, Taschen, Accessoires, Schuhe, sowie Pelze und Lederbekleidung erwünscht (HUMANA 2021). Die aussortierte Kleidung soll gewaschen und trocken in Plastiksäcken in die Container eingeworfen oder in den Stores abgegeben werden (HUMANA s.a. f). Nicht gespendet werden dürfen verunreinigte und zerrissene Kleidung, gebrauchte Socken und Damenstrumpfhosen, Teppiche, Matratzen, Woll- und Stoffreste (HUMANA s.a. f).

## 6.2.5 Finanzierung

Durch den Verkauf der gesammelten Kleidung an das Sortierwerk und durch den Verkauf der Kleidung in den Shops erzielte HUMANA im Jahr 2020 einen Umsatz von € 6.862.882 (HUMANA 2021). Die Umsatz- und Kostenzahlen sind in der Abbildung 28 dargestellt.

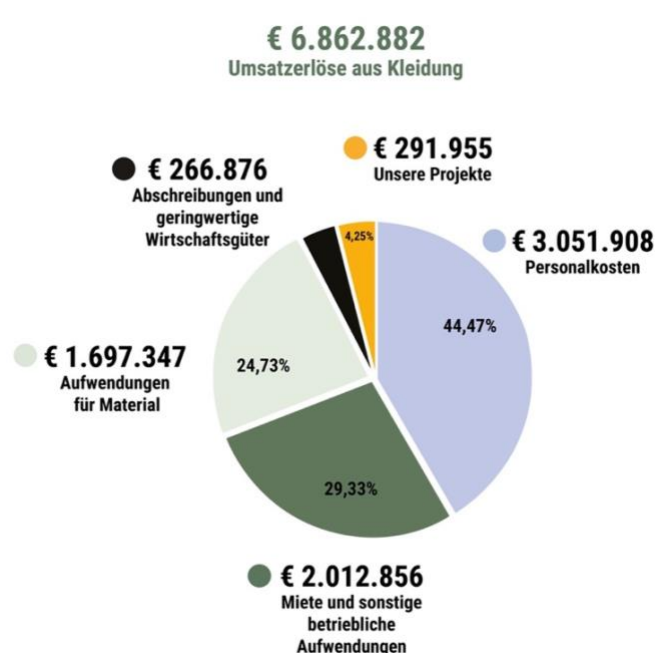


Abbildung 28: Umsatzerlöse und Kostenaufteilung für das Jahr 2020 (HUMANA 2021, s.p.)

Im Gegenzug hatte das Social Business im selben Jahr Kosten für Personal (€ 3.051.908), für Mieten (€ 2.012.856), für Materialien (€ 1.697.347), für eigene Entwicklungsprojekte (€ 291.955) und für Abschreibungen/geringwertige Wirtschaftsgüter (€ 266.876) (HUMANA 2021). Marketing- und Social-Media-Tätigkeiten sind nicht sehr kostenintensiv, da diese klein gehalten werden (Zauner 2022). Im Jahr 2021 erzielte HUMANA einen Bilanzgewinn von € 121.797,99 bei Erträgen von € 7.812.470,45, abzüglich der Aufwände von € 7.690.672,46 (HUMANA 2022).

Die Preise, der in den Shops ausgestellten Kleidungsstücke variieren, werden aber von HUMANA in den meisten Fällen nach der „Ein-Drittel-Regel“ festgelegt (Zöhrer 2022). Das bedeutet, dass bei Textilprodukten der Neupreis bestimmt und ein Drittel dessen im Shop verlangt wird - abhängig von Marke, Qualität, Herstellungsdatum und Zustand (Zöhrer 2022). Ausnahmen gibt es bei Exklusivmarken, wo weit unter den Ein-Drittel-Preis gegangen wird (Zöhrer 2022). Zuschläge kann es bei echter „Vintage“-Ware geben, da diese Stücke eine höhere Wertigkeit und Beständigkeit aufweisen (Zöhrer 2022). Für die Preisgestaltung bekommen Mitarbeiter:innen ausführliche, regelmäßige Schulungen und lernen alles über die verschiedenen Materialien, Marken, Qualität, Trends und Stile an entsprechenden Praxisbeispielen (HUMANA 2021). Die Preise in den Filialen differenzieren sich abhängig vom Standort, zum Beispiel in Wien oder Graz (Zauner 2022).

## 6.2.6 Marketing

In den HUMANA-Filialen gibt es zwei- oder dreimal im Jahr Aktionswochen bei denen Kleidungsstücke, die schon lange nicht verkauft wurden, noch günstiger angeboten werden, um Platz für „Neuware“ zu schaffen (Zöhrer und Zauner 2022; HUMANA 2022). Meist finden diese „Countdowns“ zu Saisonwechsel statt, wo Ware täglich vergünstigt wird (Zöhrer 2022). Nichtsdestotrotz legt HUMANA Wert darauf, die Kleidung nicht zu stark zu reduzieren, um die Wertigkeit der Gebrauchtkleidung aufrechtzuerhalten (Zöhrer 2022). Ein wichtiger Aspekt ist die Gestaltung und Dekorierung der HUMANA-Shops, die mit viel Liebe zum Detail und zur Nachhaltigkeit umgesetzt wird (Zauner 2022). Beispielsweise werden Möbel für die Filialen über Willhaben, Flohmärkte oder Share&Care-Gruppen erworben und dekorative Elemente von Mitarbeiter:innen manuell gebastelt (Zauner 2022). Die Kundschaft von HUMANA unterscheidet sich zwischen physischen Kund:innen und Online-Kund:innen (Zöhrer 2022). Der Kundenkreis der Filialen ist standortabhängig, da je nach Lage des Shops, ältere Stammkund:innen oder junge Erwachsene vorzufinden sind (Zöhrer 2022; Zauner 2022). Grundsätzlich wird darauf abgezielt alle Geschlechter, Altersgruppen und Einkommensschichten anzusprechen (Zauner 2022). HUMANA nutzt dafür in der Online-Welt die Plattformen TikTok, Instagram und Facebook (Zöhrer 2022). Damit erreicht die Organisation vor allem die Persona einer 34-jährigen Akademikerin, die ein bis zwei Kinder hat, aber auch 18- bis 45-Jährige (Zöhrer 2022). Neben den Social-Media-Aktivitäten versendet HUMANA auch Stammkundenbriefe und Newsletter (HUMANA 2022). Im Jahr 2021 beteiligte sich HUMANA beim Diversity Ball im Wiener Kursalon Hübner als Sponsor (HUMANA 2022). Der Verein möchte aktiv Aufklärungsarbeit leisten, um ein Umdenken in der Bevölkerung zu schaffen und Wiederverwendung und Secondhandkleidung den Menschen näherzubringen (Zöhrer 2022). Dafür wird jedes Jahr eine neue innovative Strategie entwickelt (Zöhrer 2022).

## 6.2.7 Business Model Canvas von HUMANA

Das Organisationsmodell des Vereins HUMANA Austria ist in der Abbildung 29 auf seine neun Geschäftsmodellbausteine heruntergebrochen.

Die Schlüsselaktivitäten des Social Business‘ HUMANA sind zunächst die Containersammlung bzw. Übernahme brauchbarer Alttextilien und Kleiderspenden und der anschließende Verkauf der Sammelware an ein Partnersortierwerk. Cremeware wird nach der Sortierung wieder zurückgekauft und in den eigenen HUMANA-Shops bepreist und zum Verkauf angeboten. Demnach ist bei HUMANA der wichtigste Schlüsselpartner das Sortierwerk in der Slowakei und Kommunen, die die Stellflächen für die Sammelcontainer vermieten. Für das Funktionieren des Geschäftsmodells sind die Sammelcontainer,

hochwertige Sammelwaren, Transportfahrzeuge, das Sammelager, qualifiziertes Personal und die individuelle Gestaltung der Shops die bedeutendsten Schlüsselressourcen.

| Schlüsselaktivitäten                                                                                                                                                                                               | Schlüsselpartner                                                                                                                                                     | Wertangebote                                                                                                                                                   | Kundenbeziehungen                                                                                                                                                | Kundensegmente                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Containersammlung und Vorsichtung von Alttextilien und Kleiderspenden<br><br>Verkauf/Export der Sammelware an Sortierbetriebe<br><br>Einkauf der sortierten Cremeware<br><br>Verkauf der Cremeware in HUMANA-Shops | Partnersortierwerk<br>Kommunen<br><br><b>Schlüsselressourcen</b><br>Sammelcontainer<br>Qualität der Ware<br>Fuhrpark & Lager<br>Individualität der Shops<br>Personal | Entgegennahme von Alttextilien und Kleiderspenden<br><br>Seltene Einzelstücke<br><br>Kostengünstige Kleidung                                                   | Secondhandshops & Onlineshop<br><br><b>Kanäle</b><br>Online: Social Media (TikTok, Instagram, Facebook), Homepage<br><br>Offline: Aktionswochen, Poster, Plakate | Unternehmen<br><br>Zielgruppe: Online-Kund:innen und Shopbesucher:innen |
| <b>Kostenstruktur</b><br>Personalkosten<br>Miete/Betriebskosten<br>Materialkosten<br>Abschreibungen<br>Geringwertige Wirtschaftsgüter                                                                              |                                                                                                                                                                      | <b>Einnahmequellen/Finanzierung</b><br>Verkauf der Sammelware an Sortierbetriebe<br>Verkaufserlöse der Gebrauchtkleidung (Shops)<br>Finanzspenden von Kommunen |                                                                                                                                                                  |                                                                         |

Abbildung 29: Business Model Canvas für den karitativen Akteur „HUMANA“, Betreiber von Secondhandshops und eines Onlineshops (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011)

Das Wertangebot ist die Entgegennahme von Alttextilien und Kleiderspenden. Vorteile für Käufer:innen sind die Geldersparnis und der Seltenheitswert der Einzelstücke. Zu den genannten Vorteilen, die sich für die Kund:innen ergeben, kommen noch die quantitative Abfallvermeidung und Verlängerung der Tragedauer von Textilprodukten durch Re-Use und VzW hinzu. Wichtige Kanäle zur Bekanntmachung sind auf jeden Fall Social-Media-Plattformen, die über Angebote und Events aufklären sollen. Zusätzlich werden zur Erreichung der Zielgruppe Aktionswochen veranstaltet, sowie Plakate/Poster und Berichte erstellt. Zielkund:innen sind die Bürger:innen Wiens, Salzburgs und Graz, die online oder physisch auf der Suche nach preiswerten Kleidungsstücken sind. Zweites Kundensegment sind die Sortierunternehmen, an die HUMANA die Sammelwaren verkauft. Als anfallende Kosten sind in erster Linie die Personal-, Miet- und Betriebskosten zu erwähnen, die den Großteil der finanziellen Aufwendungen ausmachen. Zudem fallen Stellplatzgebühren für Sammelcontainer und Kosten beim Einkauf der Cremeware an. Einnahmen erzielt HUMANA durch die Verkaufserlöse der Sammelwaren und Gebrauchtkleidung. Finanziert wird das Konzept auch durch finanzielle Spenden von Kommunen.

## 6.3 Caritas Österreich: Carla-Shops

Die Caritas Österreich, aus dem Lateinischen „Caritas“ für "Nächstenliebe", definiert sich als Hilfsorganisation der katholischen Kirche und stellt eine Institution kirchlichen Rechts dar (Caritas Österreich s.a. b; Caritas Österreich s.a. d). Die Organisation besteht seit dem Jahr 1900 und wurde nach deutschem Vorbild gegründet, um Menschen Nothilfe durch Kleiderabgaben und Ausspeisung zu bieten (Caritas Österreich s.a. e). Heute versorgt die Caritas notleidende Menschen wie Obdachlose, alleinerziehende Mütter, Senior:innen, Menschen mit Behinderungen, Kinder, Jugendliche und flüchtende Menschen (Caritas Österreich 2021).

### 6.3.1 Rahmenbedingungen

Die Caritas Österreich kennzeichnet sich durch föderale Strukturen (Caritas Österreich s.a. c; Caritas Österreich 2021). Insgesamt gibt es zehn Caritasorganisationen: die Bundesorganisation „Caritas Österreich“ und die neun voneinander unabhängigen Landesorganisationen Wien & NÖ-Ost, St. Pölten & NÖ-West, Burgenland, Steiermark, Oberösterreich, Kärnten, Salzburg, Tirol und Vorarlberg, die jeweils mit einer der neun Diözesen verbunden sind (Caritas Österreich s.a. c). Die Dachorganisation bietet Koordinations- und Serviceleistungen im Netzwerk und bündelt die Interessen der einzelnen Landesorganisationen (Caritas Österreich s.a. c). Die Vollversammlung, vertreten von allen Caritasorganisationen und dem Caritas Bischof, bildet das beschlussfassende und höchste Organ und legt österreichweit die Hauptaugenmerke, Strategien und Zielerreichungspläne fest (Caritas Österreich s.a. c). Zusätzlich erfolgt im Zuge der Vollversammlung die Wahl des/der Präsident:in, der Präsidiumsmitglieder und die Bestellung des Generalsekretariats (Caritas Österreich s.a. c). Die Rolle des Präsidenten hat seit dem Jahr 2013 DDr. Michael Landau inne (Caritas Österreich 2021; Caritas Österreich s.a. f). Die Caritas Österreich nimmt neben finanziellen Spenden auch Sachspenden wie Kleidung und Haushaltstextilien entgegen, sammelt Alttextilien und gibt diese kostenlos an Bedürftige ab oder verkauft sie in den eigenen Secondhandshops namens „Carla“ (Caritas Laden) (Carla s.a.). Die Organisation und die Carlas stellen eine Verbindungsstelle zwischen Spender:innen, hilfebedürftigen Menschen, Schnäppchenjäger:innen und Langzeitarbeitslosen dar (Carla s.a.). Die Funktionsweise und das genaue Waren- und Serviceangebot unterscheidet sich je nach Landesorganisation (Carla s.a.).

### 6.3.2 Funktionsweise

In der Bundeshauptstadt Wien wird die Alttextilsammlung durch die Caritas der Erzdiözese Wien durchgeführt, wo Alttextilien in 240 Sammelcontainern der Größe 2200/1150/1150 mm oder Gebraucht Kleidung in den Spendenannahmestellen abgegeben werden können (Carla Wien s.a.; Caritas Wien s.a.). Die gesammelten Alttextilien werden an Großhändler unsortiert weiterverkauft (Eigner 2016). Die persönlich abgegebene Gebraucht Kleidung wird von der Caritas Wien sortiert und die Cremeware (Markenprodukte) in den eigenen Läden zum Verkauf angeboten (Eigner 2016). Bekleidung, die für den Verkauf ungeeignet ist (B-Ware), wird an Abnehmer verkauft oder gelangt als Spende nach Osteuropa (Eigner 2016). Die Caritas Wien betreibt zwei Secondhandshops in Wien und zwei Gratiskleiderausgaben in Niederösterreich (Carla Wien s.a. a). In der Gratiskleiderausgabe in Wiener Neustadt können Bürger:innen maximal alle zwei Monate Kleidung für den eigenen Bedarf mitnehmen (Carla Wien s.a. c). Es besteht ebenso die Option mit der „carla card plus“ einen Rabatt von 70 % auf den Einkauf zu erhalten, solange eine Einkommensprüfung alle sechs Monate durchgeführt wird (Carla Wien s.a. c). Darüber hinaus bietet der sozialökonomische Betrieb der Caritas SÖB in Zusammenarbeit mit dem AMS Arbeits- und Trainingsplätze für Langzeitarbeitslose und die Möglichkeit des Wiedereinstiegs in den primären Arbeitsmarkt (Carla Wien s.a. a; Carla Wien s.a. b). Die Transitarbeitskräfte sind dabei voll- oder teilzeitbeschäftigt, im Rahmen eines auf sechs Monate befristeten Dienstverhältnisses (Carla Wien s.a. b). Ebenso finden Textillieferungen an die Gruft oder bei Katastrophen für Flüchtlinge statt (Carla Wien s.a. a). Überschüssige Ware wird an Partner im Großhandel und an Klein Händler aus Osteuropa verkauft (Carla Wien s.a. a). Die Caritas St. Pölten & NÖ-West bietet in eigenen Carlas (St. Pölten, Amstetten, Krems, Vitis) und Carla-Shops (Krems, Gföhl, Waidhofen/Thaya) günstige Gebrauchtwaren zum Verkauf an (siehe Abbildung 30) (Caritas St. Pölten & NÖ-West 2018).

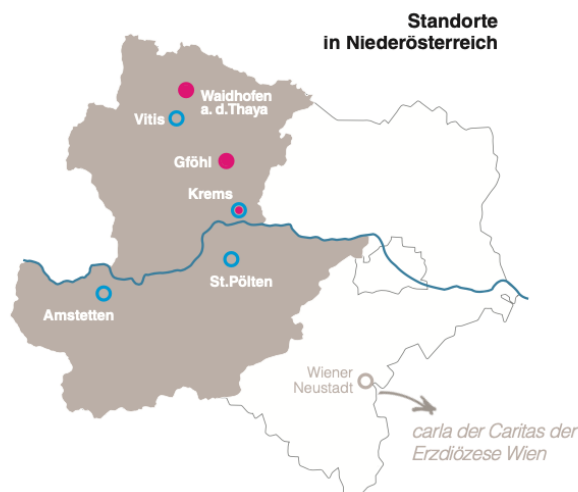


Abbildung 30: Carla-Standorte (blau) und Carla-Shop-Standorte (pink) in Niederösterreich (Caritas St. Pölten & NÖ-West 2018, 1).

Menschen in Notlagen erhalten mit Gutscheinen Kleider und Schuhe kostenlos (Caritas Diözese St. Pölten 2016). Bürger:innen können saubere und intakte Textilsachspenden während den Öffnungszeiten direkt in den Carlas abgeben (Carla Krems 2012). Die Sachspenden werden Großteils durch freiwillige Mitarbeiter:innen sortiert (Caritas St. Pölten & NÖ-West 2018). Zusätzlich erhalten sozialbedürftige und körperlich bzw. kognitiv beeinträchtigte Menschen Beschäftigungsmöglichkeiten in den Carlas (Caritas St. Pölten & NÖ-West 2018). In den Secondhandläden „Carla-Shops“ werden die Gebrauchtextilien gereinigt, gewaschen und gebügelt (Caritas St. Pölten & NÖ-West 2018). Neben klassischen Re-Use-Aktivitäten stellt die Einrichtung Carla Krems aus kaputten und abgetragenen Textilien, die nicht in den Carla-Shops angeboten werden können, Putzlappen zum Verkauf her (Carla Krems 2014). Der stoffliche Verwertungsprozess bietet Menschen mit Behinderung einen Arbeitsplatz (Carla Krems 2014). Dabei werden fehlerhafte Textilien nach der Stoffqualität Flanell, Jersey, Baumwolle und Baumwoll-Polyester Gemisch sortiert, zurechtgeschnitten, in Säcke zum Abwiegen gefüllt und etikettiert (Carla Krems 2014). Die Caritas Arbeitsmarktintegration, kurz Carmi, unterstützt zusammen mit der Caritas Salzburg langzeitarbeitslose Männer und Frauen über 50 Jahre wieder ins Arbeitsleben einzusteigen und bei der Arbeitssuche, indem sie ein Jahr in einem Carla-Shop oder im Logistikzentrum arbeiten dürfen (Caritas Salzburg 2021). Die Caritas Vorarlberg betreibt seit 1991 das Social Business Modell Carla, bei dem langzeitarbeitslose Menschen bei der Sammlung, Aufbereitung und Verwertung/Verkauf von Textilien mitarbeiten und somit eine befristete Beschäftigung, Weiterbildung und Unterstützung bei der Arbeitsvermittlung erhalten (Caritas Vorarlberg 2013). Die Kleidersammlung und -verwertung findet in Kooperation mit dem Umweltverband Vorarlberg und den Kommunen statt (Caritas Vorarlberg 2020; Caritas Vorarlberg 2022). Dank des flächendeckenden Sammelsystems können Kleidung und Schuhe in 450 Sammelcontainern und fünf Carla-Shops in Vorarlberg abgegeben werden (Carla Vorarlberg s.a. b; Carla Vorarlberg s.a. c). Die Bevölkerung wird aufgefordert die Kleiderspenden gut verschnürt im „Orangen Sack“, den es bei Partnern wie Spar, Raiffeisenbank oder den Gemeinden gibt, in die Caritas-Container einzuwerfen (Caritas Vorarlberg 2020). Die Hälfte der gesammelten Alttextilien werden in Vorarlberg in dem eigenen Sortierwerk carla Tex in Hohenems von Mitarbeiter:innen aufbereitet und nach 160 Kriterien sortiert, um die besten 1 % herauszufiltern (Carla Vorarlberg s.a. d; Caritas Vorarlberg 2014). Die andere Hälfte wird an ein deutsches Partnerunternehmen weiterverkauft (Caritas Vorarlberg 2014). Grund für die Auslagerung sind fehlende Personal- und Raumkapazitäten (Caritas Vorarlberg 2014). Der Verkauf des nicht in Vorarlberg sortierten Teils wird vom Umweltverband über eine öffentliche Ausschreibung koordiniert, bei der neben finanziellen Kriterien auch ökologische und soziale Aspekte wie die



Arbeitsbedingungen und der Anteil älterer Arbeitskräfte berücksichtigt werden (Caritas Vorarlberg 2014).

### 6.3.3 Personal

Insgesamt verzeichnet die Caritas Österreich 16.384 angestellte Mitarbeiter:innen und über 57.000 freiwillige Helfer (Caritas Österreich 2021). Bei der Caritas der Erzdiözese Wien werden jährlich rund 300 langzeitarbeitslose Menschen beschäftigt, die für den Verkauf, Transport oder die Spendenannahme zuständig sind (Caritas Wien s.a. a; Eigner 2016). Die Sortierung erfolgt in Wien durch acht Fixangestellte (Eigner 2016). Im Carla & Carla-Shop Krems gibt es insgesamt 10 Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderungen (Caritas St. Pölten & NÖ-West s.a. a). Zu den Aufgabenbereichen zählt das Annehmen, Sortieren, Auspreisen und Verkaufen von Gebrauchtwaren, Waschen und Bügeln von Kleidung, Bedienen von Kund:innen und Gestalten des Verkaufsraums (Caritas St. Pölten & NÖ-West s.a. a; Caritas St. Pölten & NÖ-West s.a. b). In den Carlas in Salzburg und Logistikzentrum sind elf Mitarbeiter:innen in Teilzeit, fünf in Vollzeit, 30 Transitmitarbeiter:innen zwischen 45 und 62 Jahren und 10 Freiwillige angestellt (Caritas Salzburg 2021). Teil des Teams im Carla St. Johann in Tirol sind zwei Mitarbeiter:innen in Teilzeit, ein/e Mitarbeiter:in in Vollzeit, fünf Freiwillige und 16 Transitmitarbeiter:innen zwischen 19 und 56 Jahren (Caritas Salzburg 2021). Bei der Caritas Vorarlberg finden jährlich bis zu 200 arbeitssuchende Menschen Beschäftigung (Caritas Vorarlberg 2014). Für die Sortierung der gesammelten Alttextilien sind im Sortierwerk Carla Tex in Hohenems rund 50 Mitarbeitende verantwortlich (Carla Vorarlberg s.a. d; Caritas Vorarlberg 2014).

### 6.3.4 Sammelmengen und Sortiment

Jährlich werden durch die Caritas Wien & NÖ-Ost etwa 1.400 Tonnen Altkleider gesammelt, wovon 150 Tonnen durch die Gratskleiderausgabe an Hilfsbedürftige verteilt und ein Teil günstig in den Carlas verkauft wird (Carla Wien s.a. a; Tragler 2019). Die restliche Ware, die an den Großhandel vertrieben wird, besteht aus ca. 50 % re-use-fähigen Kleidungsstücken, 35 % recyclingfähigen Textilien für die Rohstoffindustrie (z. B. Putzlappen, Dämmstoffe) und 15 % Abfall (Carla Wien s.a. a). Die Caritas Wien sammelt Bekleidung für Kinder, Damen und Männer, Schuhe sowie Haus- und Heimtextilien in gutem Zustand (Carla Wien s.a.). Das Warenangebot in den Carlas reicht von Möbeln und Kleidung über Hausrat und Antiquitäten bis hin zu Spielsachen und Büchern (Carla Wien s.a. a).

Die Carla-Shops der Caritas St. Pölten & NÖ-West bieten ein breites Sortiment an Gebrauchtwaren wie Textilien, Hausrat, Elektrogeräte, Bücher und Möbel an (Caritas St. Pölten & NÖ-West 2018).

In der Landesorganisation Caritas Salzburg wurden im Jahr 2020 rund 480 Tonnen an Altkleidern in den Carlas Aigen, Herrnau, Lehen und Neumarkt, im Logistikzentrum und in den Kleidercontainern gespendet (Caritas Salzburg 2021).

Insgesamt kauften in den Carlas 39.265 Kund:innen ein (Caritas Salzburg 2021). Die jährlichen textilen Sammelmengen der Caritas Vorarlberg betragen 3.000 Tonnen (Carla Vorarlberg s.a. a). Rund die Hälfte der gespendeten Kleider sind in Vorarlberg wiederverwendbar, wovon 1 % der qualitativ hochwertigsten und modischsten Kleiderstücke in den Carla-Shops verkauft oder gegen Gutscheine gratis verteilt werden (siehe Abbildung 31) (Carla Vorarlberg s.a. a; Caritas Vorarlberg 2014).



### Prozentuelle Anteile der Behandlungswege der Kleiderspenden (Caritas Vorarlberg)

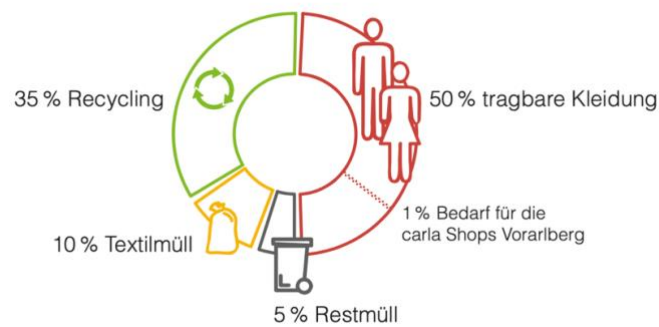


Abbildung 31: Prozentuelle Anteile der Behandlungswege der Kleiderspenden der Caritas Vorarlberg (Caritas Vorarlberg 2014, 3).

Etwa ein Drittel wird rohstofflich zu Putzlappen und Isolationsmaterial verwertet (Carla Vorarlberg s.a. a; Caritas Vorarlberg 2014). Abfälle machen ca. 10 % der gesammelten Altkleider aus und 5 % werden als Restmüll energetisch verwertet (Carla Vorarlberg s.a. a; Caritas Vorarlberg 2014).

### 6.3.5 Finanzierung

Im Jahr 2020 erhielt die Caritas Österreich 85,42 Millionen Euro an finanziellen Spenden (Caritas Österreich 2021). Die Gesamtfinanzierung der Dachorganisation setzt sich aus Einnahmen für Dienstleistungen aus öffentlichen Mitteln (62,88 %) und aus privaten Kostenbeiträgen (12,83 %), aus Subventionen, Zuschüssen der öffentlichen Hand und kirchlichen Beiträgen (13,37 %), Spenden, Erbschaften und Kirchenbeiträgen (9,5 %) und sonstigen Erträgen (1,42 %) zusammen (Caritas Österreich 2021). Die Gesamtaufwendungen betrugen im Jahr 2020 918,97 Millionen Euro (Caritas Österreich 2021). Finanzielle Hilfe im Ausland wurde vor allem in Afrika, Europa, Asien und Lateinamerika geboten (Caritas Österreich 2021). Durch die beim Verkauf generierten Erlösen in den Secondhandshops können interne Caritas-Projekte finanziert werden (Carla Wien s.a. c). Die Carla Vorarlberg erhält 49 % finanzielle Unterstützung von den Fördergebern AMS und Land Vorarlberg für die Lohnkosten und Begleitung der langzeitarbeitslosen Mitarbeiter:innen (Carla Vorarlberg s.a. a). Die restlichen 51 % erwirtschaftet das Geschäftsmodell durch Verkaufserlöse aus den Secondhandshops, dem Carla Tex Sortierwerk und der Carla Werkstatt (Carla Vorarlberg s.a. a). Die gesamten Überschüsse fließen in soziale Projekte der Caritas im In- und Ausland (Carla Vorarlberg s.a. a).

### 6.3.6 Marketing

Die Caritas Österreich wirbt mit Plakaten, Inseraten, Online-Bannern, Radio- und TV-Spots um Spenden (Caritas Österreich s.a. a). Die beteiligten Medien führen diese Spendenaufrufe entweder kostenlos oder zu speziellen Tarifen durch (Caritas Österreich s.a. a).

### 6.3.7 Business Model Canvas der Caritas Österreich

Das Organisationsmodell der Secondhandshops Carlas, die von den karitativen Landesorganisationen der Caritas Österreich betrieben werden, ist in der Abbildung 32 auf seine neun Geschäftsmodellbausteine vereinfacht. Die Inhalte der Caritas Österreich variieren je nach Landesorganisation, weshalb versucht wird das Organisationsmodell ganzheitlich abzubilden.

|                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                     |                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Schlüsselaktivitäten</b><br>Sammlung und Sortierung von Alttextilien und Kleiderspenden<br>Verkauf/Export der beraubten Ware an Sortierbetriebe oder Großhandel<br>Beschäftigung für Langzeitarbeitslose<br>Verkauf/Gratisabgabe der Cremeware in Carlas | <b>Schlüsselpartner</b><br>RepaNet<br>Groß- u. Kleinhändler<br>AMS und Kommunen<br>Partnersortierwerke<br><br><b>Schlüsselressourcen</b><br>Stellplätze & Containernetz<br>Ehrenamtliche/ Personal<br>Qualität der Ware<br>Transitarbeitskräfte | <b>Werteangebote</b><br>Getrennte Sammlung von Alttextilien<br>Entgegennahme ungewollter und aussortierter Waren/Textilien<br>Seltene Einzelstücke<br>Kostengünstige/ kostenlose Kleidung<br>Transitarbeitsplätze<br>Verkauf von beraubter Ware | <b>Kundenbeziehungen</b><br>Secondhandshops<br><br><b>Kanäle</b><br>Online: Social Media (Instagram, Facebook), Homepage, Banner<br>Offline: Plakate, Inserate, Radio- und TV-Spots | <b>Kundensegmente</b><br>Konsument:innen<br>Unternehmen (Großhandel)<br>Bedürftige |
| <b>Kostenstruktur</b><br>Personalkosten<br>Stellplatzgebühren der Sammelcontainer<br>Miet-/Energiekosten                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Einnahmequellen/Finanzierung</b><br>Verkaufserlöse der Carlas<br>Verkauf der beraubten Sammelware an Sortierbetriebe oder Großhandel<br>Finanz- und Sachspenden<br>Förderungen (AMS)                                                         |                                                                                                                                                                                     |                                                                                    |

Abbildung 32: Business Model Canvas für den karitativen Akteur „Caritas Österreich“, Betreiber von Secondhandshops namens „Carla“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011)

Die Schlüsselaktivitäten der Caritas Österreich bzw. Carlas liegen im Bereich der Sammlung und Sortierung (Caritas Vorarlberg) von Alttextilien und Kleiderspenden. Beraubte Ware (ohne Cremeware) wird an Sortierbetriebe oder an den Großhandel verkauft bzw. exportiert. Die aussortierte Cremeware wird in den eigenen Carla-Shops im Inland vertrieben oder kostenlos an Bedürftige abgegeben. Im Zuge der Tätigkeiten bieten die Carlas Langzeitarbeitslosen die Möglichkeit einer Beschäftigung und Weiterbildung. Die wichtigsten Schlüsselpartner sind in erster Linie das Arbeitsmarktservice (AMS), die lokalen Gemeinden, Partnersortierwerke, RepaNet und Textilhändler. Für das Funktionieren des Organisationsmodells sind gute Stellplätze, ein flächendeckendes Containernetz, ehrenamtliche und angestellte Mitarbeiter:innen, die Qualität der Alttextilien bzw. Sachspenden und die Transitarbeitskräfte die bedeutendsten Schlüsselressourcen. Das Werteangebot der Caritas Österreich bzw. Carlas beinhaltet die getrennte Sammlung/Aufbereitung und persönliche Übernahme ungewollter und aussortierter Waren/Textilien, sowie Transitarbeitsplätze. Darüber hinaus stehen in den Shops preiswerte und einzigartige Gebrauchtwaren zum Verkauf. Die karitative Organisation tritt vor allem persönlich in den Secondhandshops mit Kund:innen in Kontakt. Wichtige Online-Kanäle zur Bekanntmachung der Shops und zur Erreichung der Zielgruppen sind die eigenen Homepages, Social-Media-Plattformen (Instagram, Facebook) und Banner-Werbung. Bei der Offline-Werbung wird bei der Caritas Österreich auf Plakate, Inserate, Radio- und TV-Spots gesetzt. Das Zielkundensegment der Carlas sind österreichische Konsument:innen, die preiswert, sozial und nachhaltig einkaufen möchten, aber auch Bedürftige (Gratiskleiderausgabe). Andere Kunden sind die Unternehmen des Großhandels, die nicht verkaufbare Waren übernehmen. Kosten fallen für Personal, die Stellplatzgebühren der Sammelcontainer und den Betrieb der Carlas und anderer Standorte an. Einkommensströme des Geschäftsmodells sind die Verkaufserlöse der im Secondhandshop verkauften Gebrauchtwaren, aber auch Großhändler. Finanziert wird das Konzept durch Förderungen des AMS, Finanz- und Sachspenden.

## 6.4 Österreichisches Rotes Kreuz: Henry Läden in NÖ

Die nationale Gesellschaft des Österreichischen Roten Kreuzes (ÖRK) ist seit dem Jahr 1880 in Österreich vertreten und wurde als nationale Institution der humanitären Hilfe gegründet (ÖRK 2021).

### 6.4.1 Rahmenbedingungen

Die Non-Profit-Organisation kennzeichnet sich durch die föderalistische Gliederung in Generalsekretariat und neun Landesverbände (ÖRK 2021). Die Landesverbände besitzen die Rechtspersönlichkeit sowie Finanzhoheit und untergliedern sich in 133 regionale bzw. lokale Bezirks- und Ortsstellen (ÖRK 2021). Seit dem Jahr 2013 hat Univ.-Prof. DDr. Gerald Schöpfer die Rolle des Präsidenten inne (ÖRK 2022; ÖRK s.a. b). Einige Landesverbände des ÖRK betreiben Secondhandshops, um Gebrauchtwaren und -kleidung ein zweites Leben zu schenken: Rotes Kreuz Tirol (Kleiderläden), Rotes Kreuz Oberösterreich (Rotkreuz-Märkte für Bekleidung) und Rotes Kreuz Niederösterreich (Henry Laden) (ÖRK s.a. a; ÖRK Tirol s.a.; ÖRK Niederösterreich s.a.; ÖRK Oberösterreich s.a.). Derzeit werden vom Roten Kreuz keine Secondhandshops in Kärnten, im Burgenland, in Salzburg, in der Steiermark und in Vorarlberg angeboten (ÖRK Kärnten s.a.; ÖRK Burgenland s.a.; ÖRK Salzburg s.a.; ÖRK Steiermark s.a.; ÖRK Vorarlberg s.a.). Die Sammlung, Entleerung und Sortierung von Alttextilien wird beim ÖRK fast gänzlich durch das Unternehmen ÖPULA durchgeführt (Tragler 2019). Einzige Ausnahme war bislang der Landesverband Rotes Kreuz Niederösterreich, der Altkleider selbstständig gesammelt und sortiert hat (Tragler 2019). Im Sommer 2021 hat sich der niederösterreichische Verband dazu entschlossen die Altkleidersammlung mit Ende des Jahres einzustellen und betreibt somit keine aktive Sammlung mehr (Marsalek 2022). Nach Vermutung der befragten Expertin Kepplinger-Past (2022) übersteigt der administrierbare und finanzielle Aufwand die organisatorischen Kapazitäten. Insgesamt betreibt das Rote Kreuz NÖ 25 Henry Läden in folgenden niederösterreichischen Bezirksstellen: Baden, Brunn am Gebirge, Gänserndorf-Marchegg, Gmünd, Haag, Hollabrunn, Horn, Klosterneuburg, Korneuburg, Litschau, Melk, Neunkirchen, Pöggstall, Scheibbs, Schwechat, Tulln, Waidhofen/Thaya, Waidhofen/Ybbs und Wiener Neustadt (ÖRK Niederösterreich 2022a; Kepplinger-Past 2022).

### 6.4.2 Funktionsweise

Der Landesverband Rotes Kreuz Niederösterreich (RKNÖ) betreibt in Niederösterreich die sogenannten Henry Läden (ÖRK 2021). Die Henry Läden sind nicht direkt im Verein des RKNÖ angesiedelt, sondern in der eigenen Handels und Service GmbH (Kepplinger-Past 2022). Die Tätigkeit umfasst den Einzelhandel mit Gebraucht- und Altwaren (Kepplinger-Past 2022). In den Secondhandboutiquen werden keine Alttextilien im Sinne des AWG verkauft, sondern Gebrauchtkleidung, die von der Bevölkerung mit dem eindeutigen Zweck des Wiederverkaufs für den guten Zweck gespendet wurden (Marsalek 2022). Der Ablauf bzw. die Wege der textilen Sachspenden sind in der Abbildung 33 dargestellt.

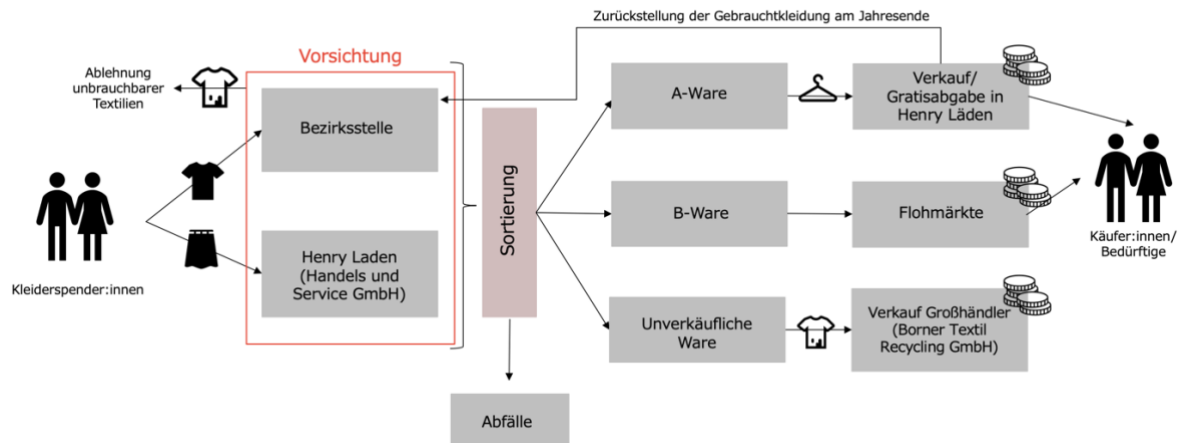


Abbildung 33: Wege der Gebraucht Kleidung (Kleiderspende) beim Roten Kreuz Landesverband Niederösterreich ausgehend von Spender:innen (Eigene Darstellung nach Kepplinger-Past 2022).

Kleiderspenden werden vom RKNÖ während der Öffnungszeiten direkt in den eigenen Shops oder nach vorheriger Kontaktaufnahme in den Bezirksstellen entgegengenommen (ÖRK Niederösterreich s.a.). Der Grund für die Entscheidung, Kleidung nur durch persönliche Abgaben zu übernehmen, ist die Möglichkeit die abgegebene Ware im Vorhinein zu sichten, um zu gewährleisten, dass Textilien in einem brauchbaren Zustand sind und dem Sortiment entsprechen (Kepplinger-Past 2022). Im negativen Falle kann die Ware auch abgelehnt werden (Kepplinger-Past 2022). Nach der Vorsichtung erfolgt die Sortierung nach der Qualität (A und B), Funktionalität, Saison, Geschlecht – einen Sortierleitfaden für Mitarber:innen gibt es nicht (Kepplinger-Past 2022). Während die A-Ware in einen Henry Laden durch ehrenamtliche Mitarbeiter:innen weiterverkauft wird, wird die B-Ware ca. vierteljährlich oder dreimal im Jahr über Flohmärkte vertrieben (Tragler 2019; ÖRK Niederösterreich 2022a; Kepplinger-Past 2022). Die sortierten Alttextilien werden in Schachteln verstaut, nach Textilart, Größe und Saison beschriftet sowie in Regale direkt im Shop oder in Containern bei der Bezirksstelle gelagert (Kepplinger-Past 2022). Je nach Bedarf gelangen die Alttextilien in die verschiedenen Henry Läden, werden dort präsentiert und aufgehängt (Kepplinger-Past 2022). Die restliche unverkäufliche Ware wird durch den Entsorger Borner Textil Recycling GmbH übernommen, der das Ganze erneut in Ungarn sichtet (Kepplinger-Past 2022). Grundsätzlich ist die Bezirksstelle, die die Spenden entgegennimmt, zu Beginn im Besitz der Gebrauchtwaren und stellt diese den Henry Läden zur Verfügung (Kepplinger-Past 2022). Erst wenn die Waren verkauft werden, gehen sie in den Besitz des Henry Ladens über (Kepplinger-Past 2022). Am Jahresende werden die gesamten Secondhandwaren zurück an die Bezirksstellen gestellt (Kepplinger-Past 2022). Der Henry Laden Korneuburg wurde als Re-Use-Projekt gemeinsam mit der Stadtgemeinde umgesetzt (ÖRK Niederösterreich 2022b). Die Entgegennahme der Gebrauchtwaren und Alttextilien erfolgt im Altstoffsammelzentrum und in den Shops, wo anschließend die intakten Altwaren zum Verkauf angeboten werden (ÖRK Niederösterreich 2022b). Die Organisation der Shops läuft dezentral ab, weshalb unterschiedliche lokale Vernetzungen und Kooperationen entstanden sind (Kepplinger-Past 2022). Neben dem Verkauf in den Henry Läden hat sich das RKNÖ dazu entschlossen, in einem Pilotprojekt mit fünf Shops Teil der Online-Plattform WIDADO von RepaNet zu werden, um zukünftig Gebraucht Kleidung und -waren im großen Stil online anbieten zu können (Kepplinger-Past 2022). Die Organisation profitiert gemeinsam mit den anderen Teilnehmern von dem größeren Warenangebot und minimalen Kosten und Aufwendungen (Kepplinger-Past 2022).

### 6.4.3 Personal

Insgesamt sind beim Österreichischen Roten Kreuz 9.668 hauptberufliche Mitarbeiter:innen und 74.804 freiwillige Helfer angestellt (ÖRK 2022). Die Quote der Freiwilligen, die in den Henry Shops arbeiten, liegt bei 90 bis 95 % (Kepplinger-Past 2022). Angestellte sind nur in minimaler Form, zum Beispiel als Fachbereichsleiter:in der Bezirksstelle, vorhanden (Kepplinger-Past 2022). Im Jahr 2021 arbeiteten beim Roten Kreuz Niederösterreich 371 ehrenamtliche Mitarbeiter:innen im Re-Use und Abfallwirtschaftsbereich, die 66.700 Freiwilligenstunden erbrachten (RKNÖ 2021). Die Henry Läden bieten keine Transitarbeitsplätze für Langzeitarbeitslose an (Kepplinger-Past 2022; RKNÖ 2021). Rund 85 % der Arbeitskräfte bearbeiten beim RKNÖ die Warengruppe Alttextilien (RKNÖ 2021).

### 6.4.4 Sammelmengen und Sortiment

Im Jahr 2021, als noch eine selbstständige Alttextilsammlung durchgeführt wurde, wies das RKNÖ eine Gesamtsammelmenge von rund 835,3 Tonnen an Alttextilien und Schuhen auf (RKNÖ 2021). Insgesamt wurden für die Sammlung 137 Sammelcontainer aufgestellt, die von eigenem Personal entleert wurden (RKNÖ 2021). Mehr als die Hälfte der gesammelten Alttextil- und Altschuhmengen (446,3 t) wurden als Originalsammelware unsortiert an den Großhandel verkauft (RKNÖ 2021). Die Menge, die als Cremeware im Shop verkauft oder kostenlos an Bedürftige abgegeben wurde, wurde nicht erhoben (RKNÖ 2021). Insgesamt wurden 389 Tonnen zur stofflichen Verwertung (Putzvetzen, Faserrecycling) weitergeben (RKNÖ 2021). Laut einer aktuellen groben Schätzung des RKNÖ werden rund 150 Tonnen an Gebrauchtkleidung als Cremeware verkauft oder gratis an Bedürftige abgeben, etwa 370 Tonnen zum Recycling an die Firma Borner weitergegeben und 137 Tonnen fallen als Textilabfall an (Kepplinger-Past 2022). Neben gebrauchter gut erhaltener Damen-, Herren- und Kinderbekleidung sowie Accessoires, Taschen oder Schuhe, werden in den Läden auch Geschirr, Bücher, Stofftiere und kleine Möbel zu günstigen Preisen vertrieben (ÖRK Niederösterreich s.a.).

### 6.4.5 Finanzierung

Im Jahr 2020 erhielt das Österreichische Rote Kreuz ca. 85 Millionen Euro an Spenden und Mitgliedsbeiträgen (ÖRK 2021). Im Jahr 2021 wurden betreffend Alttextilien und Schuhe 80 % der Markterlöse durch den Shop-Verkauf und 20 % durch andere Vertriebswege wie Großhändler generiert (RKNÖ 2021). Mit den Einnahmen werden sozialbedürftige Menschen und Familien (Spontanhilfe) oder andere gemeinnützige Projekte der Region unterstützt (ÖRK Niederösterreich s.a.; Kepplinger-Past 2022). Aufgrund der hohen Zahl an ehrenamtlichen Mitarbeiter:innen in den Henry Läden lassen sich entsprechend hohe Erlöse erzielen (Kepplinger-Past 2022). Preistreiber der Henry Läden sind vor allem Miet- und Betriebskosten für die Geschäftslokale sowie in geringer Form Personalkosten (ca. 40% der Zeit einer Vollzeitkraft wird entlohnt) und interne Kosten für die Buchhaltung (Kepplinger-Past 2022).

### 6.4.6 Marketing

Das Österreichische Rote Kreuz kreiert Content auf Facebook, Instagram, TikTok, Twitter und LinkedIn und verzeichnet auf den Kanälen insgesamt 261.000 Follower:innen (ÖRK 2022). Die Henry Läden werden von verschiedenen Kund:innen besucht: Sammler:innen, junge Erwachsene, einkommensschwache Gruppen, umwelt- und konsumbewusste Menschen (Kepplinger-Past 2022). Unterschiede lassen sich zwischen dem städtischen und ländlichen Bereich hinsichtlich des Publikums erkennen (Kepplinger-Past 2022). Um auf Verkaufstage

oder Aktionen aufmerksam zu machen, nutzt das RKNÖ einen bunten Mix an Social Media und lokalen Tools, niederösterreichweit werden nur selten Kampagnen oder Inserate umgesetzt (Kepplinger-Past 2022). Beispielsweise bedienen sich einige Henry Läden an eigenen Click and Collect Shops auf Facebook, um so Käufer:innen im Internet zu erreichen und auf ihr Sortiment aufmerksam zu machen (Kepplinger-Past 2022). Zusätzlich werden zusammen mit den Gemeinden Informationen in Gemeindezeitungen oder Aushänge in Schaufenstern platziert, um Flohmärkte zu bewerben (Kepplinger-Past 2022). Ein wichtiger Aspekt des RKNÖ liegt in der Gestaltung des Verkaufsraums: dieser soll mithilfe stilistischer Elemente einen Boutique-Charakter aufweisen und bei Kund:innen eine gemütliche Wohnzimmer-Wohlfühl-Atmosphäre beim Einkaufen schaffen (Kepplinger-Past 2022). So möchte man Secondhandläden aus der vermeintlichen „Schmuddelecke“ ziehen (Kepplinger-Past 2022).

#### 6.4.7 Business Model Canvas des Roten Kreuz Niederösterreichs

Das Organisationsmodell der Secondhandshops „Henry Laden“, die von der karitativen Landesorganisation Rotes Kreuz Niederösterreich betrieben werden, ist in der Abbildung 34 auf seine neun Geschäftsmodellbausteine heruntergebrochen.

| Schlüsselaktivitäten                                                                                                                                                                                                                       | Schlüsselpartner                                                                                                                                                                                                      | Wertangebote                                                                                                                                                                                                  | Kundenbeziehungen                                                                                                                                                         | Kundensegmente                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Übernahme und Sortierung von Kleiderspenden</li> <li>Verkauf/Gratisabgabe der Cremeware in Henry Läden</li> <li>Verkauf auf Flohmärkten</li> <li>Gründung einer Handels und Service GmbH</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Kommunen, AWV</li> <li>RepaNet</li> <li>Abfallunternehmen (Borner Textil Recycling GmbH)</li> </ul>                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Entgegennahme ungewollter und aussortierter Waren/Textilien</li> <li>Kostengünstiges Sortiment</li> <li>Seltene Einzelstücke</li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Secondhandshop</li> <li>Click and Collect Shops</li> <li>WIDADO-Plattform</li> </ul>                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Konsument:innen</li> <li>Abfallunternehmen (Borner Textil Recycling GmbH)</li> <li>Zielgruppe: Gesamtbevölkerung Niederösterreichs</li> <li>Bedürftige</li> </ul> |
|                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Schlüsselressourcen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ehrenamtliche</li> <li>Standort der Shops</li> <li>Lagerraum</li> <li>Individuelle Gestaltung der Henry Läden</li> <li>Qualität der Ware</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                               | <b>Kanäle</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Online: Social Media (Facebook), Homepage</li> <li>Offline: Plakate, Gemeindezeitung, Schaufensterwerbung</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Kostenstruktur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Miet-/Energiekosten</li> <li>Personalkosten</li> <li>Buchhaltung</li> </ul>                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                       | <b>Einnahmequellen/Finanzierung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Verkaufserlöse der Henry Läden</li> <li>Verkauf der beraubten Sammelware an Großhandel</li> <li>Finanz- und Sachspenden</li> </ul> |                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                          |

Abbildung 34: Business Model Canvas für den karitativen Akteur „Rotes Kreuz Niederösterreich“, Betreiber von Secondhandshops namens „Henry Laden“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011)

Schlüsselaktivitäten des Roten Kreuz Niederösterreichs bzw. der gegründeten Handels und Service GmbH sind die Übernahme, Sichtung und Sortierung von Kleiderspenden. Die Cremeware wird in den eigenen Henry Läden verkauft oder kostenlos an Bedürftige vergeben. Textilien mit B-Qualität werden auf Flohmärkten vertrieben. Die wichtigsten Schlüsselpartner des Roten Kreuz Niederösterreichs sind in erster Linie die Gemeinden (Korneuburg) und RepaNet. Darüber hinaus arbeitet das Rote Kreuz Niederösterreich mit dem Textilverwertungsbetrieb Borner zusammen, der die nicht verkaufbaren Textilien übernimmt. Für das Funktionieren der Secondhandshops sind ehrenamtliche Mitarbeiter:innen, der Standort, Lagermöglichkeiten, individuell gestaltete Verkaufsläden und hochwertige Sachspenden die bedeutendsten Schlüsselressourcen. Das Wertangebot der Henry Läden

beinhaltet die Entgegennahme ungewollter und aussortierter Waren/Textilien und ein preiswertes und einzigartiges Gebrauchtassortiment. Das Organisationsmodell trägt außerdem zur Abfallvermeidung bei. Die karitative Organisation tritt vor allem persönlich in den Secondhandshop mit Kund:innen in Kontakt, aber auch vereinzelt über Click and Collect Shops im Internet. In Zukunft wird das Rote Kreuz Niederösterreich ebenso auf der E-Commerce-Plattform WIDADO von RepaNet Gebrauchtwaren anbieten können. Wichtige Online-Kanäle zur Bekanntmachung der Shops und zur Erreichung der Zielgruppen sind die eigene Homepage und Social-Media-Plattformen (Facebook). Offline wird auf Plakaten, in Gemeindezeitungen oder Schaufenstern geworben. Das Zielkundensegment der Henry Läden ist die niederösterreichische Bevölkerung, die preiswert, sozial und nachhaltig einkaufen möchte, aber auch Bedürftige (Gratiskleiderausgabe). Der zweite Kundenbereich ist die Börner Textil Recycling GmbH. Die größten Kosten für den Betrieb der Henry Läden sind Miete und Energie. Ein geringer Kostenfaktor sind das Personal und die Buchhaltung. Einnahmen erzielt das Rote Kreuz Niederösterreich durch die Verkaufserlöse der Gebrauchtwaren.

## 6.5 Volkshilfe Österreich

Die Volkshilfe entstand 1947 durch Initiativen von Maria Matzner, Hermine Moik, Bruno Kreisky und Stadtrat Josef Afritsch, die „als gemeinnütziger und unpolitischer Verein, karitative Wohlfahrtspflege im Sinne von Gemeinschaftshilfe und Mildtätigkeit ohne Rücksicht auf politische und konfessionelle Zugehörigkeit“ betreiben soll (Volkshilfe Wien 2020e, s.p.). Der karitative Verein bietet heute neben dem zentralen Aufgabengebiet der humanitären Hilfe, auch Unterstützung für Kinder, Jugendliche, Flüchtlinge, Arbeitslose und Obdachlose an (Volkshilfe Wien 2020e).

### 6.5.1 Rahmenbedingungen

Die Volkshilfe Österreich ist der Dachverband der Volkshilfe und für die nationale Kommunikation zuständig (Volkshilfe Solidarität 2021). Das Spendenwesen, Kampagnen, Projekte und Entwicklungsarbeit werden über den Verein Volkshilfe Solidarität verwaltet (Volkshilfe Solidarität 2021). Des Weiteren ist die Volkshilfe mit eigenen Landesverbänden, Bezirksvereinen und Sozialhilfestellen in jedem Bundesland Österreichs aufgestellt (Volkshilfe Solidarität 2021). Die Volkshilfe Österreich ist rechtlich gesehen, ein eingetragener Bundesverband von Vereinen, den sogenannten Volkshilfe Landesorganisationen (Volkshilfe Solidarität 2021). Der Bundesverband besteht aus den Organen Bundeskonferenz, Bundesvorstand, der/die Präsident:in, Bundesgeschäftsführung, Rechnungsprüfung, Schiedsgericht und Beirat (Volkshilfe Solidarität 2021).

Die Volkshilfe Wien ist seit 2016 eine gemeinnützige Betriebs-GmbH (Volkshilfe Wien 2020d). Zu den Merkmalen der karitativen Organisation zählen Überparteilichkeit und Konfessionsfreiheit (Volkshilfe Wien 2020d). Aufgebaut ist die Volkshilfe Wien als Mitgliederorganisation nach demokratischen Grundsätzen (Volkshilfe Wien 2020d). Bei der Volkshilfe Wien unterliegen die Alttextilsammlung, der sozialökonomische Betrieb (SÖB) und die Secondhandshops dem Geschäftsbereich „Arbeit und Beschäftigung“ der Volkshilfe Wien GmbH (Volkshilfe Wien 2022). Der SÖB der Volkshilfe Wien ist ein gemeinnütziges Social Business mit dem Ziel, langzeitarbeitslosen Personen durch Coaching und Beschäftigung zu helfen, langfristig am primären Arbeitsmarkt Fuß zu fassen (Volkshilfe Wien 2020b). Die Volkshilfe Wien betreibt fünf Secondhandshops in Wien, im 3., 9., 10., 16. und 21. Bezirk, sowie einen Shop in Niederösterreich, in Schwadorf (Volkshilfe Wien 2020a). Zusätzlich bietet die Landesorganisation einen eigenen Webshop an (Volkshilfe Wien Shop 2022).



## 6.5.2 Funktionsweise

Die Volkshilfe Wien nimmt kleine Mengen an aussortierter Gebrauchtkleidung und Sachspenden direkt in den eigenen Secondhandshops in fünf Wiener Gemeindebezirken entgegen (Volkshilfe Wien 2020a). Die Abgabe von größeren Textilmassen ist im Alttextilgroßhandel des Sozialökonomischen Betriebs (SÖB) in der Modecenterstraße 10 im 3. Bezirk möglich (Volkshilfe Wien 2020a). Für die Sammlung von Alttextilien ist der SÖB verantwortlich, der hunderte Sammelcontainer im öffentlichen Raum Wiens und Niederösterreichs aufgestellt hat (Volkshilfe Wien s.a.; Volkshilfe Wien 2020c). In Niederösterreich gibt es neun Sammelbehälter, die bei den ASZ platziert wurden (Volkshilfe Wien s.a.). Die Sammelcontainer werden durch Fahrer:innen entleert und zum zentralen Organisationspunkt nach Wien gebracht (Volkshilfe Wien 2020c). Im Schnitt fährt ein:e Fahrer:in 150 Kilometer pro Tag (Der Standard 2020). Bei der zentralen Sammelstelle werden die Textilien in die Sortierhalle verbracht, gewogen und grob sortiert (Der Standard 2020). Bei der Grobsortierung trennen Sortierer:innen die hochwertigen Textilien händisch auf Sortiertischen von den verunreinigten, kontaminierten und kaputten Textilprodukten (Der Standard 2020). Die textilen Abfälle (10 %) werden von einem kommunalen Entsorger der Stadt Wien übernommen (Eigner 2016). Die hochwertige Cremeware (15 %) wird zu günstigen Preisen in den eigenen Shops verkauft (Volkshilfe Wien 2020c; Der Standard 2020). Der Rest gelangt entweder in die eigene Putzlappenproduktion oder wird an Großhändler als B-Ware für bis zu 30 Cent pro kg verkauft (Tragler 2019). Das Unternehmen OMV fungiert als Abnehmer der Putzlappen (Eigner 2016). Ausgewählte Waren aus den Secondhandshops wie Tücher, Krawatten oder Taschen werden unter der Rubrik „Vintage“ in dem eigenen Webshop zum Verkauf angeboten (Volkshilfe Wien Shop 2022). Käufer:innen können im Onlineshop mit Bankomatkarte, Kreditkarte, via eps-Überweisung, sowie Google Pay und Apple Pay bezahlen (Volkshilfe Wien Shop 2022). Der Versand wird innerhalb Österreichs pauschal um € 3 angeboten (Volkshilfe Wien Shop 2022). Der Ablauf bzw. die Wege der textilen Sachspenden innerhalb der Volkshilfe Wien sind in der Abbildung 35 grafisch zusammengefasst.

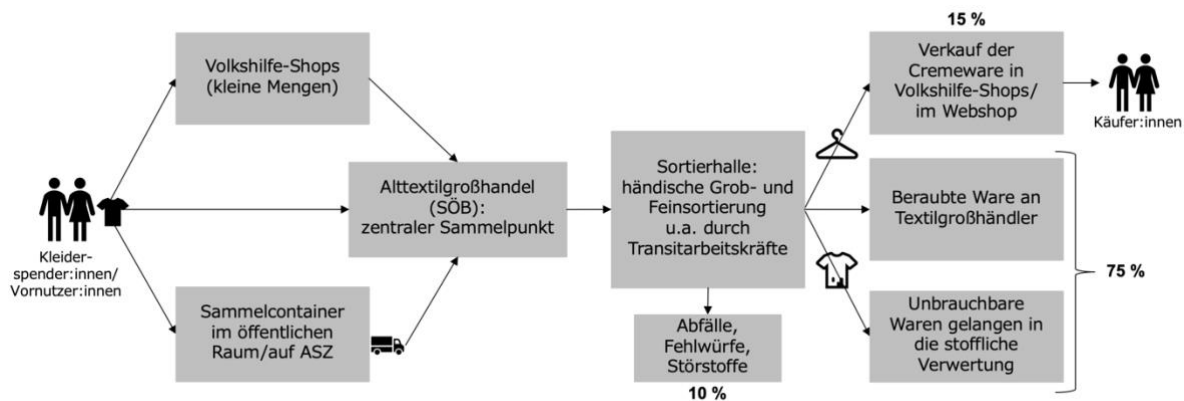


Abbildung 35: Wege der Gebrauchtkleidung (Kleiderspende) und Alttextilien bei der Volkshilfe Wien ausgehend von Spender:innen bzw. Nutzer:innen (Eigene Darstellung nach Volkshilfe Wien 2020a; Tragler 2019; Der Standard 2020; Volkshilfe Wien 2020c).

## 6.5.3 Personal

Die Volkshilfe Wien beschäftigt insgesamt etwa 1.500 Mitarbeiter:innen (Volkshilfe Wien 2020d). In der Organisation engagieren sich jährlich mehr als 400 Freiwillige, die von der Stabstelle „Freiwilligenmanagement“ professionell betreut werden (Volkshilfe Wien 2020d). Transitarbeitskräfte werden bei der Volkshilfe Wien über befristete Dienstverhältnisse von



max. sechs Monaten angestellt (Volkshilfe Wien 2020b). Einen Arbeitsplatz erhält man ausschließlich über das AMS (Volkshilfe Wien 2020b). In der Sortierung erhalten vor allem beeinträchtigte, ältere (50+) und langzeitarbeitslose Menschen einen Arbeitsplatz (Eigner 2016).

#### 6.5.4 Sammelmengen und Sortiment

Der Volkshilfe SÖB kommt auf ein jährliches Sammelvolumen von rund 900 Tonnen (Eigner 2016). Die Secondhandshops vertreiben eine breite Palette an Altwaren wie Möbelstücke, Antiquitäten, Dekoartikel, Fahrräder, Schmuck, aber auch saisonale Gebraucht Kleidung, Haustextilien und Stofftiere (Volkshilfe Wien 2020a). Im Webshop werden Taschen, Kleidung, Vintage-Ware, Accessoires und Wohngegenstände angeboten (Volkshilfe Wien Shop 2022). Rund 15 % der Textilien gelangt in die Volkshilfe-Shops und wird zum Verkauf angeboten (Der Standard 2020). Die Sammelmengen der Volkshilfe Wien enthalten ca. 10 % Abfälle oder Fehlwürde, die entsorgt werden muss (Der Standard 2020).

#### 6.5.5 Finanzierung

Die Volkshilfe Wien wird unterstützt durch den Fonds Soziales Wien und aus öffentlichen Mitteln der Stadt Wien (Volkshilfe Wien 2020a; Volkshilfe Wien 2020d). Die Aktivitäten der Sozialökonomischen Betriebe der Volkshilfe Wien werden vom AMS Wien und AMS Niederösterreich sowie aus Eigenerlösen finanziert (Volkshilfe Wien 2020b). Die Volkshilfe Wien zielt darauf ab die Gebrauchtwaren zu günstigen Preisen anzubieten, richtet sich bei der Preisgestaltung aber auch nach anderen Anbietern der Altwarenbranche, um wirtschaftlich bestehen zu können (Der Standard 2020). Die Preise werden von den Vorgesetzten einheitlich in einer Preisliste vorgegeben (Der Standard 2020). Beispielsweise kosten Langarmoberteile € 3, Kurzarmoberteile € 1,50, lange Hosen € 2 und kurze Hosen € 1,50 (Der Standard 2020). Ausnahmen gibt es für Markenkleidungsstücke, die ca. € 5 kosten (Der Standard 2020). Der gesamte Reinerlös der im Webshop verkauften Produkte kommt internen Projekten zugute (Volkshilfe Wien Shop 2022).

#### 6.5.6 Marketing

In den Secondhandshops der Volkshilfe Wien finden laufend Sonderaktionen und Sonderangebote statt (Volkshilfe Wien 2020c). Aktiv ist die Landesorganisation auf den Social-Media-Kanälen Instagram und Facebook und informiert Interessierte in Newslettern und im Print-Journal (Volkshilfe Wien Shop 2022).

#### 6.5.7 Business Model Canvas der Volkshilfe

Das Organisationsmodell der karitativen Organisation Volkshilfe ist in der Abbildung 36 auf seine neun Geschäftsmodellbausteine vereinfacht.

| Schlüsselaktivitäten                                                                                                                                                                                                                 | Schlüsselpartner                                                                                                                                                                              | Wertangebote                                                                                                                                       | Kundenbeziehungen                                                                                                                                                              | Kundensegmente                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Containersammlung/<br>Übernahme von<br>Alttextilien und<br>Spenden und<br>Sortierung<br><br>Verkauf/Gratisabgabe<br>der Cremeware in<br>Volkshilfe-Shops<br><br>Putzlappenproduktion<br><br>Beschäftigung für<br>Langzeitarbeitslose | Kommunen & AWV<br><br>AMS<br><br><br><br><br><br><br><b>Schlüsselressourcen</b><br>Förderungen<br>Sammelcontainer<br>Transportfahrzeuge<br>Personal<br>Sortierflächen<br>Lager-/Verkaufsräume | Transitarbeitsplätze<br><br>Seltene Einzelstücke<br><br>Kostengünstige<br>Kleidung<br><br>Webshop für Vintage-<br>Ware<br><br>Putzlappenproduktion | Secondhandshops &<br>Online-Shop<br><br><br><br><br><br><br><b>Kanäle</b><br>Online: Social Media<br>(Facebook), Newsletter<br><br>Offline: Sonder-<br>aktionen, Print-Journal | Bedürftige<br><br>Unternehmen<br>(Großhandel)<br><br>Zielgruppe: Online-<br>Kund:innen und<br>Shopbesucher:innen |
| <b>Kostenstruktur</b><br>Personalkosten<br><br>Stellplatzgebühren der<br>Sammelcontainer<br><br>Miet-/Betriebskosten                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                               | <b>Einnahmequellen/Finanzierung</b><br>Verkaufserlöse der Gebrauchtware/beraubten Ware<br><br>Öffentliche Förderungen<br><br>Förderungen (AMS)     |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                  |

Abbildung 36: Business Model Canvas für den karitativen Akteur „Volkshilfe“, Betreiber von Volkshilfe-Shops und eines Onlineshops (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011)

Die Schlüsselaktivitäten der Volkshilfe Wien und des SÖB sind die getrennte Sammlung, Sortierung und Vermarktung von Alttextilien und Kleiderspenden. In den Prozessschritten erhalten langzeiterwerbslose Personen Beschäftigung. Die wichtigsten Schlüsselpartner sind in erster Linie das AMS und die Kommunen bzw. AWV. Für das Funktionieren des Organisationsmodells sind Förderungen, Sammelcontainer, Transportfahrzeuge, Personal, Sortierflächen und Lager-/Verkaufsräume die bedeutendsten Schlüsselressourcen. Das Wertangebot der Volkshilfe Wien beinhaltet Transitarbeitsplätze, ein günstiges Kleidungsassortiment, einen Webshop für Vintage-Waren und die Herstellung von Putzlappen. In den Secondhandshops und im Online-Shop wird versucht, die Bevölkerung mit dem sozialwirtschaftlichen Betrieb und den Re-Use-Initiativen vertraut zu machen. Wichtige Kanäle zur Bekanntmachung sind Social-Media-Plattformen und die eigene Homepage im Internet. Offline finden Sonderaktionen statt und Print-Journals werden veröffentlicht. Die vorrangige Zielgruppe sind Bedürftige und Bürger:innen, die online und physisch preiswert, sozial und nachhaltig einkaufen möchten. Darüber hinaus verkauft die Volkshilfe unbrauchbare Waren an den Großhandel weiter. Die größten Kostenfaktoren sind das Personal, Stellplatzgebühren, Miete und Betriebsmittel. Einnahmen erzielt die Volkshilfe durch den Verkauf der Gebrauchtwaren und beraubten Textilware. Finanzierungszuschüsse erhält die Volkshilfe u.a. vom AMS.

## 6.6 Gegenüberstellung der karitativen Organisationen

Die Re-Use-Initiativen und Funktionsweisen der fünf karitativen Organisationen sind zum direkten Vergleich in der Tabelle 9 gegenübergestellt.

Tabelle 9: Gegenüberstellung der ausgewählten karitativen Organisationen RepaNet, HUMANA, Caritas, Rotes Kreuz und Volkshilfe (Eigene Darstellung)

| Kriterium                    | RepaNet                                                                                                                 | HUMANA                                                                                                    | Caritas                                                                                                                      | Rotes Kreuz                                                                                                                  | Volkshilfe                                                                                                                                                   |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Organisations-/Rechtsform    | Verein;<br>Kapitalgesellschaft<br>(RepaNet-Service GmbH)                                                                | Verein, Social Business                                                                                   | Institution kirchlichen Rechts                                                                                               | Institution der humanitären Hilfe, Landesverbände, Handels und Service GmbH (Henry Laden)                                    | Bundesverband von Vereinen, Wien: gemeinnützige Betriebs-GmbH, SÖB: Social Business                                                                          |
| Organisationsziel            | Re-Use, VzW in Zusammenarbeit mit der Sozialwirtschaft fördern                                                          | Entwicklungshilfe, Finanzierung sozialer Projekte                                                         | Versorgung und Unterstützung von notleidenden Menschen und Langzeitarbeitslosen, Finanzierung sozialer Projekte              | Versorgung von notleidenden Menschen Finanzierung sozialer Projekte                                                          | Unterstützung von Langzeitarbeitslosen, Finanzierung sozialer Projekte                                                                                       |
| Sammelverfahren              | Keine selbstständige Sammlung<br>→ Sammlung durch Netzwerkmitglieder: Containersystem und/oder Direktübernahme          | Selbstständige Sammlung: Containersystem und Direktübernahme                                              | Containersystem und Direktübernahme                                                                                          | Containersystem (Burgenland) und Direktübernahme in Shops (Henry Laden)                                                      | Selbstständige Sammlung durch SÖB: Containersystem und Direktübernahme                                                                                       |
| Sammel-mengen (Alttextilien) | 17.530 t (2021)                                                                                                         | 7.300 t (2021)                                                                                            | Wien: 1.400 t/a;<br>Salzburg: 480 t/a;<br>Vorarlberg: 3.500 t/a                                                              | NÖ: 835,3 t (2021)                                                                                                           | 900 t (2016)                                                                                                                                                 |
| Sortierung                   | Netzwerkmitglieder                                                                                                      | Extern durch Partnersortierwerk im Ausland                                                                | Intern im Inland/extern im Ausland                                                                                           | Intern im Inland                                                                                                             | Intern im Inland                                                                                                                                             |
| Re-Use-Anteil                | Ca. 13 % (2.162 t Cremeware Inland)                                                                                     | 67,3 % (Weltweit)<br>14,8 % (Europa)                                                                      | Wien: ca. 11 % Cremeware (150 t);<br>Vorarlberg: 1 % Cremeware (35 t)                                                        | 150 t Cremeware (Inland)                                                                                                     | Ca. 15 % Cremeware (Inland)                                                                                                                                  |
| Verkauf/Export               | 12.894 t als Originalware (44 %) oder beraubte Ware (30 %) an Großhandel, 773 t (4 %) an Recyclingbetriebe              | 100 % Originalware an Sortierwerk                                                                         | Unsortierte Containersammelware & B-Ware an Großhändler                                                                      | 370 t an Recyclingfirma                                                                                                      | B-Ware an Großhändler                                                                                                                                        |
| Absatzwege                   | Secondhand-shops, Gratiskleiderausgabe, E-Commerce-Plattform WIDADO                                                     | Secondhand-shops, Online-Shop                                                                             | Secondhand-shops „Carla“, Gratiskleiderausgabe                                                                               | Secondhand-shops „Henry Laden“, Gratiskleiderausgabe                                                                         | Secondhand-shops, Web-Shop                                                                                                                                   |
| Schlüsselaktivitäten         | Interessensvertretung, Organisation der Mitglieder-treffen, Monitoring der Re-Use-Mengen, Gründung RepaNet-Service GmbH | Getrennte Sammlung, Verkauf/Export der Sammelware; Einkauf der sortierten Cremewaren und Verkauf in Shops | Getrennte Sammlung, Sortierung und Verkauf/Export von Alttextilien und Kleiderspenden, Beschäftigung für Langzeitarbeitslose | Getrennte Sammlung, Übernahme und Sortierung von Kleiderspenden, Verkauf/Gratisabgabe der Cremeware, Verkauf auf Flohmärkten | Container-sammlung/ Übernahme von Kleiderspenden; Sortierung, Verkauf/ Gratisabgabe der Cremeware in Volkshilfe-Shops, Beschäftigung für Langzeitarbeitslose |

| Kriterium            | RepaNet                                                                            | HUMANA                                                                                                                        | Caritas                                                                                                                                 | Rotes Kreuz                                                                                                  | Volkshilfe                                                                                                  |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Schlüssel-ressourcen | Fördermittel/-projekte, Vereinsmitglieder, Personal                                | Sammel-container, Qualität der Ware, Fuhrpark, Lager, Individualität der Shops, Personal                                      | Stellplätze, Containernetz, Personal, Ehrenamtliche, Transitarbeitskräfte, Qualität der Ware                                            | Ehrenamtliche, Shopstandorte, Lagerräume, individuelle Gestaltung der Läden, Qualität der Ware               | Förderungen, Sammelcontainer, Transportfahrzeuge, Personal, Sortierflächen, Lager-/ Verkaufsräume           |
| Schlüssel-partner    | Sozialbetriebe, Ministerien, Kommunen, Wirtschaft                                  | Partnersortierwerk, Kommunen                                                                                                  | Groß- und Kleinhändler                                                                                                                  | Kommunen, AWW, RepaNet, Abfallunternehmen                                                                    | Kommunen, AWW, AMS                                                                                          |
| Werteangebote        | E-Commerce-Plattform mit breitem Gebrauchtwarenangebot                             | Sammlung und Entgegennahme von Alttextilien/ Kleiderspenden, Sammelware für Großhandel, Einzelstücke, kostengünstige Kleidung | Sammlung und Entgegennahme von Alttextilien/ Kleiderspenden, Einzelstücke, kostengünstige Kleidung, Transitarbeitsplätze, beraubte Ware | Entgegennahme ungewollter und aussortierter Waren/Textilien, kostengünstiges Sortiment, seltene Einzelstücke | Transitarbeitsplätze, Einzelstücke, kostengünstige Kleidung, Webshop für Vintage-Ware, Putzlappenproduktion |
| Kundenbeziehungen    | Communitys, Unterstützung der Partner, vollautomatisierte Kundenbeziehung (WIDADO) | Persönlicher Kontakt in Secondhandshops, Online-Shop                                                                          | Persönlicher Kontakt in Secondhandshops                                                                                                 | Persönlicher Kontakt in Secondhandshops, Click&Collect-Shops, WIDADO                                         | Persönlicher Kontakt in Secondhandshops, Online-Shop                                                        |
| Kanäle               | Online & offline                                                                   | Online & offline                                                                                                              | Online & offline                                                                                                                        | Online & offline                                                                                             | Online & offline                                                                                            |
| Kunden-segmente      | Re-Use-Betriebe, Online-Kund:innen Österreichs                                     | Sortierwerk, Online-Kund:innen, Shop-besucher:innen                                                                           | Konsument:innen, Großhandel, Bedürftige                                                                                                 | Konsument:innen, Abfallunternehmen, Bevölkerung Niederösterreichs, Bedürftige                                | Online-Kund:innen, Shop-besucher:innen, Großhandel, Bedürftige                                              |
| Finanzierung         | Förderungen, Mitgliedsbeiträge, Spenden, Werkverträge                              | Verkaufserlöse, Finanzspenden                                                                                                 | Verkaufserlöse; Finanz- und Sachspenden, Förderungen (AMS)                                                                              | Verkaufserlöse, Spenden                                                                                      | Verkaufserlöse, Förderungen                                                                                 |
| Kostenstruktur       | Personal, Betriebsmittel, Buchhaltung, Betrieb der Webseite                        | Personal, Miete, Betriebsmittel, Stellplatzgebühren, Cremeware                                                                | Personal, Stellplatzgebühren, Miete, Energie                                                                                            | Miete, Energie, Personal, Buchhaltung                                                                        | Personal, Stellplatzgebühren, Miete, Betriebskosten                                                         |

Die Organisationen des karitativen Sektors betreiben in unterschiedlicher Form Re-Use-Aktivitäten. Das gemeinsame Hauptziel ist die Umwandlung von Sachspenden in finanzielle Mittel für interne Sozialprojekte. HUMANA führt die operativen Tätigkeiten Sammlung und Shop-Verkauf selbst durch, lagert den Schritt der Sortierung aber an ein ausländisches Partnerwerk in der Slowakei aus. Die Caritas Wien, Volkshilfe Wien und das Rote Kreuz NÖ sind für die gesamten operativen Tätigkeiten von der Containersammlung/Direktübernahme bis zum Verkauf verantwortlich. Fast alle karitativen Organisationen bauen sich mit E-Commerce-Tätigkeiten ein zweites Standbein im virtuellen Raum auf, um ein größeres Publikum zu erreichen. Da die Erstellung solch einer Plattform Know-how und finanzielle Ressourcen benötigt, bietet der Interessensverein RepaNet mit „WIDADO“ seinen Mitgliedern eine Unterstützung. Ein wichtiges Merkmal im karitativen Sektor ist die Reintegration von Langzeitarbeitslosen (Transitarbeitskräfte). Soziale Re-Use-Organisationen finanzieren sich hauptsächlich durch ihre Verkaufserlöse, sind aber zusätzlich auf finanzielle Spenden und/oder Förderungen vom Bund oder Land angewiesen. Die größten Kostentreiber für karitative Organisationen sind das Personal, die Betriebskosten der Verkaufsgeschäfte und die Stellplatzgebühren für die Sammelcontainer.

## 7. Chancen, Aufgaben und Herausforderungen für Organisationen beim Re-Use von Alttextilien

In den folgenden Kapiteln werden die Chancen, Aufgaben und Herausforderungen beschrieben, die für Organisationen innerhalb der Re-Use-Prozesse auftreten können oder unter aktuellen Bedingungen bestehen.

### 7.1 Chancen

Die Wiederverwendung bringt politische, kommerzielle, soziale, ökologische und wirtschaftliche Vorteile mit sich (Williams und Shaw 2017). Entsprechend den drei Säulen der Nachhaltigkeit werden die ökologischen, ökonomischen, und sozialen Dimensionen im Detail betrachtet (Alisch und Herrmann 2001).

#### 7.1.1 Ökologische Effekte

Die Nutzung wiederverwendeter Materialien bringt im Vergleich zur Produktion und Verbrauch von Primärrohstoffen größere ökologische Vorteile und bewirkt eine Verringerung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks (Schmidt et al. 2016; RepaNet 2019). Da durch die Wiederverwendung eine längere Tragedauer erreicht werden kann, leistet Re-Use maßgebliche Beiträge zur Ressourcenschonung, Reduzierung des Abfallaufkommens und des Energieverbrauchs, und bietet das größte Gesamtpotenzial in Bezug auf Ziele im Kohlenstoff- und Wassermanagement (Schmidt et al. 2016; RepaNet 2019; Krause et al. 2020; Gillabel et al. 2021). Wenn beispielsweise die durchschnittliche Tragedauer eines Kleidungsstücks verdoppelt werden würde, würden die Treibhausgasemissionen um 44 % sinken (Ellen MacArthur Foundation 2017). Neben reduzierten Treibhausgasemissionen könnten hohe Verwendungsraten von Kleidung und verbessertes Recycling den Bedarf an neuen, nicht erneuerbaren Rohstoffen, das Austreten von Schadstoffen und den Energieverbrauch verringern (Ellen MacArthur Foundation 2017). Eine verlängerte Nutzung und verbesserte stoffliche Verwertung würden ebenso die Mengen an Textilien, die deponiert oder verbrannt werden, somit die Freisetzung bedenklicher Stoffe, verringern (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Zudem würde durch höhere Re-Use-Quoten ein geringerer Druck auf Wasser in wasserarmen Regionen ausgeübt werden, da die in der Produktion benötigte Wassermenge reduziert und wasserintensive Aktivitäten in wasserarmen Regionen vermieden werden würde (Ellen MacArthur Foundation 2017).

Eine Studie von Semba et al. (2020) untersuchte die Gesamtreduzierung der Treibhausgasemissionen in Japan durch die Wiederverwendung und das Recycling von Altkleidern und kam zu dem Ergebnis, dass die Treibhausgasemissionen pro kg Altkleider am stärksten durch die Wiederverwendung von Kleidung reduziert werden können. Durch die Wiederverwendung von gebrauchten Jeans und T-Shirts können beispielsweise  $2,94 \times 10^1$  kg CO<sub>2</sub>e/kg-Jeans-Herstellung bzw.  $3,25 \times 10^1$  kg CO<sub>2</sub>e/kg-T-Shirt-Herstellung reduziert werden (Semba et al. 2020). In einer Arbeit von Bjurbäck (2015) zur Berechnung der Umweltauswirkungen eines „Emmaus Björkä“-Secondhandladens in Schweden wurde geschätzt, dass die Wiederverwendung von einem kg Kleidung zu einer Einsparung von 15 kg (0,015 t) CO<sub>2</sub>-Emissionen und von fast 10.000 Litern Wasser führt. Betrachtet man die jährlichen Umwelteinsparungen, kommt die Autorin zu dem Ergebnis, dass 7 GWh Energie, 1.500 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen, 950.000 m<sup>3</sup> Wasser, 9 Tonnen NO<sub>x</sub>-Emissionen, 8 Tonnen SO<sub>2</sub>-Emissionen, 75 Tonnen fossile Rohstoffe, 21 Tonnen Düngemittel, 740 kg Pestizide und 280 Tonnen Chemikalien, durch die bei Emmaus Björkä verkaufte Kleidung

eingespart werden können (Bjurbäck 2015). Ähnliche Untersuchungen in Frankreich weisen auf noch höhere CO<sub>2</sub>-Einsparungen hin: 25 kg pro kg wiederverwendeter Kleidung, die nicht im Restmüll landet (RDC Environment 2017). Laut einer Schätzung nach Farrant et al. (2010) können durch den Kauf von 100 gebrauchten Kleidungsstücken je nach Ort der Wiederverwendung zwischen 60 und 85 neue Kleidungsstücke eingespart werden. Die dänische Studie basiert auf dem Vergleich der ganzheitlichen Auswirkungen von 100 durch Verbrennung entsorgten Kleidungsstücken mit 100 gesammelten, sortierten und nach Möglichkeit wiederverwendeten Kleidungsstücken (Farrant et al. 2010). Die Autor:innen kamen zu dem Ergebnis, dass die Wiederverwendung (Re-Use) von Kleidung erheblich dazu beitragen kann, die Umweltbelastung durch Kleidung zu verringern (Farrant et al. 2010). Es zeigte sich, dass ein gesammeltes und wiederverwendetes T-Shirt aus Baumwolle die Klimaerwärmung um 14 % reduziert sowie eine Hose aus Polyester/Baumwolle die Schadstoffbelastung für Menschen um 45 % verringert (Farrant et al. 2010). Laut einer Studie von McKinsey (2020), in der die Wirtschaftlichkeit der Emissionsverringerung im Modesektor veranschaulicht wird, hätte die Verbesserung der Reparierbarkeit von Kleidung das Potenzial, die durchschnittliche Nutzungsdauer von Kleidung um ein Jahr (ca. 35 %) zu verlängern und die Überproduktion in der Bekleidungsindustrie von 20 % auf 10 % zu reduzieren (McKinsey 2020). Eine Verlängerung der durchschnittlichen Lebensdauer von Bekleidung um drei Monate pro Kleidungsstück würde laut einer britischen Studie zu einer Verringerung des Kohlenstoff-, Wasser- und Abfall-Fußabdrucks um jeweils 5 bis 10 % führen (WRAP 2017; European Environment Agency 2021). Im Detail könnte man mit Verbesserungen im Textildesign bei 50 % der Kleidung in Großbritannien und einer damit verbundenen Verlängerung der Lebensdauer von neun Monaten, Einsparungen von 10 % Wasser, 8 % Kohlenstoff und 4 % Abfall pro Tonne erreichen (WRAP 2017). Eine Steigerung des Verkaufs von Secondhandkleidung um 10 % könnte 3 % Kohlenstoff, 4 % Wasser und 1 % Abfall pro Tonne Kleidung einsparen (WRAP 2017). Ein Online-Kalkulationstool der Luxus-Fashion-Marke Farfetch, bietet Kund:innen die Möglichkeit die quantitativen Einsparungen von Wasser, Energie und Abfall beim Kauf von „pre-loved“ Kleidung zu berechnen (Farfetch 2022). Beispielsweise können laut Farfetch (2022) beim Kauf eines kompletten Secondhandoutfits, welches aus gebrauchtem Oberteil, Jeans, Mantel, Schuhe und Ledertasche besteht, durchschnittlich 101 kg CO<sub>2</sub>-Äquivalente, 1,9 m<sup>3</sup> Wasser und 2,6 kg Abfall eingespart werden. Durch die Wiederverwendung bzw. das Recycling von Wolle kann der größte Umweltnutzen pro Tonne erzielt werden, gefolgt von Baumwolle und Polyesterfasern, die ebenso hohe Umweltvorteile pro Tonne bietet (Schmidt et al. 2016). Aufgrund dessen sollte bei künftigen Aktivitäten ein besonderer Fokus auf diese Textilfasern gelegt werden (Schmidt et al. 2016).

### 7.1.2 Ökonomische Effekte

Es wird geschätzt, dass jedes Jahr mehr als 500 Milliarden Dollar an Wert verloren gehen, weil die Nutzung und die stoffliche Verwertung von Bekleidung nur in geringem Maße stattfindet (Ellen MacArthur Foundation 2017; Luptáčík et al. 2021). Zu den ökonomischen Vorteilen der Wiederverwendung gehören Kosteneinsparungen durch Verbesserungen im Abfallmanagement, die Verringerung der sozialen Kosten und Einnahmen durch den Verkauf brauchbarer, aber nicht mehr benötigter Produkte (Williams und Shaw 2017). Kosteneinsparungen können beispielsweise von kommunalen Akteuren entweder an Bürger:innen zurückgegeben oder zur Erhöhung der Ausgaben in anderen öffentlichen Bereichen (Bildung, Gesundheit) verwendet werden (McQuibban et al. 2021). In Flandern, Belgien, hat eine Kosten-Nutzen-Analyse von HERW!N (s.a.) gezeigt, dass die Beschäftigung einer einzigen zuvor arbeitslosen Person in einem Sozialunternehmen dem Staat, der Gesellschaft und Individuen einen Nettoertrag von fast € 14.500 pro Jahr bringen kann. Dieser jährliche Nettogewinn setzt sich zusammen aus dem finanziellen Mehrwert von € 3.169 für das Land, von € 6.492 für die Gesellschaft und € 4.833 für Individuen (HERW!N s.a.). Wenn die sozialen Kosten, welche durch Arbeitslosigkeit, den Gesundheitszustand und Armut entstehen, durch Re-Use-Initiativen verringert werden können, profitiert auch die Gesellschaft

(HERWIN s.a.). In Frankreich kostet die Unterstützung eines Arbeitslosen € 20.000 pro Jahr (RREUSE 2012 zit. nach Zacune 2013). Im Vergleich zahlt der Staat für Arbeitsintegrationsverträge im Bereich der Sammlung, Wiederverwendung und des Recyclings von Textilien nur die Hälfte des Betrages, während gleichzeitig grüne Arbeitsplätze gefördert und das Qualifikationsniveau gesteigert werden (RREUSE 2012 zit. nach Zacune 2013). Darüber hinaus sind innovative Nischen und durch Re-Use-Betriebe ausgebildete Arbeitnehmer:innen für Unternehmen wirtschaftlich attraktiv (HERWIN s.a.).

### 7.1.3 Soziale Effekte

Die Re-Use-Branche bietet mit Aktivitäten der Wiederverwendung und VzW entscheidende Potentiale am Arbeitsmarkt (Krause et al. 2020). Im Gegensatz zu Produktionsstätten im Ausland, in der Neuware hergestellt wird, schaffen inländische Re-Use-Initiativen lokale und sichere Arbeitsplätze (Krause et al. 2020). Die Verfügbarkeit von Daten über die Schaffung von Arbeitsplätzen in der Kreislaufwirtschaft, insbesondere durch Wiederverwendungsaktivitäten, ist begrenzt und laut der Literatur unzureichend (RREUSE 2021; Krause et al. 2020). Aufgrund dessen können lediglich Schätzungen herangezogen werden, um das Potential abzubilden. Jüngste Analysen zeigen, dass durch Wiederverwendungsmaßnahmen mehr als 200-mal so viele Arbeitsplätze geschaffen werden wie durch Mülldeponien und Verbrennungsanlagen (Ribeiro-Broomhead und Tangri 2021). Wenn sie von Sozialunternehmen betrieben werden, bieten diese Aktivitäten zusätzliche Arbeits- und Ausbildungsmöglichkeiten für Menschen aller Qualifikationsniveaus und sozialen Hintergründe (McQuibban et al. 2021). Zudem können in sozialwirtschaftlichen Re-Use-Betrieben soziale Kontakte, Strukturen und ein höheres Einkommen zu mehr Selbstvertrauen und Zukunftsperspektiven bei Arbeitnehmer:innen führen, mit denen ein soziales und finanzielles Sicherheitsnetz im Falle von Rückschlägen aufgebaut werden kann (HERWIN s.a.). Eine Untersuchung von Krug et al. (2020), welche den Einfluss sozialer Netzwerke von Langzeitarbeitslosen auf die Aufnahme einer Erwerbstätigkeit untersuchte, kam zu dem Ergebnis, dass Netzwerke hilfreich sind, wenn neben den arbeitsmarktbezogenen Unterstützungen auch Hilfestellungen angeboten werden, die auf allgemeine Probleme (Geldmangel, Familienkonflikte) von Arbeitslosen abzielen.

Nach Schätzungen der gemeinnützigen Netzwerkorganisation „RREUSE“ (2021), welche kreislaforientierte Sozialunternehmen vertritt, können bei für die Wiederverwendung gesammelter Textilien zwischen 20 und 35 Arbeitsplätze pro 1.000 Tonnen oder ein Arbeitsplatz pro 7 bis 10 Sammelcontainer geschaffen werden. Die Spannweite lässt sich auf Faktoren wie die Größe und die verfügbare Technologie der Sortierzentren sowie die Zusammensetzung der Arbeitskräfte zurückführen (RREUSE 2021). Schätzungen des Europäischen Parlaments zufolge liegt das europaweite Potential bei mehr als 200.000 lokalen Arbeitsplätzen, wenn in Europa 1 % der Kommunalabfälle für das Re-Use vorbereitet werden würde (Europäisches Parlament 2017 zit. nach Krause et al. 2020).

## 7.2 Aufgaben beim Re-Use von Alttextilien

Grob lassen sich entlang der Wertschöpfungskette, vor allem für Kommunen und Abfallwirtschaftsverbände, die Aufgaben Beschaffung, Logistik, Sortierung/Vorbereitung zur Wiederverwendung, Verkauf und Öffentlichkeitsarbeit/Bewusstseinsbildung identifizieren (Meissner et al. 2021). Ausgenommen sind Netzwerke mit reinen Online-Aktivitäten, da hierbei einige Schritte und Aufgaben wegfallen (Meissner et al. 2021). Einzelne Organisationen wie privatwirtschaftliche Abfallsammler oder -behandler übernehmen nur einzelne Tätigkeiten (Beschaffung, Logistik, Verkauf/Export) innerhalb des Re-Use-

Prozesses. Die Aufgaben und die damit verbunden Herausforderungen sind zum Überblick in der Abbildung 37 dargestellt und werden in den nächsten Kapiteln näher beleuchtet.

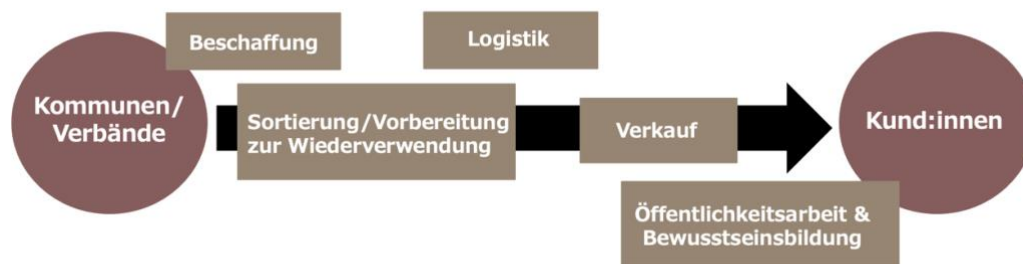


Abbildung 37: Aufgaben entlang der Wertschöpfungskette von der Sammlung bis zum Verkauf einer Gebrauchtware (verändert nach Meissner 2014b zit. nach Meissner et al. 2021, 31)

### 7.2.1 Beschaffung/Sammlung von potenziell re-use-fähigen Textilprodukten

Um Alttextilien bzw. gebrauchte Kleidung überhaupt wiederverwenden zu können, muss der Re-Use-Prozess durch die Beschaffung bzw. Sammlung von potenziell re-use-fähigen Produkten in Gang gesetzt werden (Meissner et al. 2021). Der erste Schritt bildet die Basis für alle weiteren Aktivitäten und verfolgt das Ziel eine ausreichende Qualität sicherzustellen und die Re-Use-Fähigkeit zu erhalten (Meissner et al. 2021; Meissner 2022). Grundsätzlich ist bei der Übergabe von re-use-fähigen Waren durch Bürger:innen auf einen schonenden und wertschätzenden Umgang zu achten, um Schäden vorzubeugen (Meissner et al. 2021). Dies beginnt bei der richtigen Handhabung an den Erfassungsstellen, insbesondere beim Einwerfen in Sammelbehälter (Krause et al. 2020). Auf Seiten der Übernahmestellen sind fachlich qualifizierte und ausreichend geschulte Mitarbeiter:innen essentiell, um die Re-Use-Fähigkeit richtig einschätzen zu können (Meissner et al. 2021). Im Falle von Alttextilien spielen die Sauberkeit und der Gebrauchsgrad den entscheidenden Indikator (Meissner 2022).

Die getrennte Sammlung von Gebraucht Kleidung und Alttextilien wird in Österreich mithilfe unterschiedlicher Methoden und Konzepte durchgeführt (Bernhardt et al. 2022). Für die Sammlung stehen den Sammlern verschiedene Systeme zur Verfügung (Meissner et al. 2021):

- ASZ-Sammeltage
- Anlieferungen von Bürger:innen
- ASZ-Sammelecken oder Tauschbörsen
- Re-Use-Box aus Karton als Vorsammelhilfe
- Transparenter Plastiksack (Re-Use-Bag) als Vorsammelhilfe
- Containersammlung im öffentlichen/privaten Raum und bei den ASZ

### 7.2.2 Logistik und Transport

Im zweiten Schritt erfolgt der Transport der getrennt erfassten Alttextilien zu den Orten, an denen die Sortierung und ggf. VzW stattfinden (Meissner et al. 2021). Hier ist bei der Planung auf einen materialschonenden Umgang durch erfahrene Mitarbeiter:innen, geeignete Transportlogistiken, intakte Fahrzeuge sowie richtige Lagerung zu achten, um spätere Zusatzkosten zu vermeiden (Achillas et al. 2010 zit. nach Meissner et al. 2021; Kraxner 2022; Bernhardt et al. 2022). Beispielweise stehen dafür Holzrahmenpaletten, Gitterboxen oder Paloxen als Transportmöglichkeiten zur Verfügung (Meissner und Maislinger 2021). Im Falle



von Textilien sind überdachte Übergabe- und Lagermöglichkeiten, sowie angepasste Behälter, die ein schonendes Transportieren ermöglichen, sicherzustellen (Meissner 2022). Im Allgemeinen bedeutet dies mehr Platz und Sorgfalt bei weniger Gewicht pro LKW, wodurch die Kosten beim Transport steigen (Meissner 2022). Unsortierte Alttextilien sollten nicht länger als zwei Wochen gelagert werden, um Qualitätsverluste zu vermeiden (Kraxner 2022).

### 7.2.3 Sortierung/Vorbereitung zur Wiederverwendung

Ziel der Sortierung ist es, Produkte, die nicht für die Wiederverwendung geeignet sind, von den Re-Use-Fähigen zu trennen (Steinbach 2019 zit. nach Meissner et al. 2021). Bei Aktivitäten im Bereich Abfallvermeidung (Wiederverwendung) ist sicherzustellen, dass alle gelisteten Angebote den Qualitätsansprüchen entsprechen (Meissner und Maislinger 2021). Die abfallrechtlichen Maßnahmen der Prüfung, Sortierung, Reinigung und Reparatur im Zuge der VzW erfordern Genehmigungen und die verpflichtende Dokumentation der Abfallmengen (Meissner et al. 2021; Meissner 2022). Außerdem bedarf es der klaren Verteilung von Zuständigkeiten, finanzielle Ressourcen für qualifiziertes Personal, geeignete Räumlichkeiten und einen korrekten Umgang mit Abfällen (Meissner 2022; Meissner et al. 2021; Meissner und Maislinger 2021). Die Sortierung erfolgt durch Eingangssichtungen der Sammelware und Kategorisierungen durch die zuständigen Mitarbeiter:innen (Meissner 2022; Meissner et al. 2021). Im Idealfall werden dem geschulten Personal einfache Kriterien wie Sauberkeit, Beschädigungsgrad, Produktalter, Vermarktbarkeit und Vollständigkeit in einem Leitfaden zur Verfügung gestellt (Meissner et al. 2021). Die Kategorisierung von Alttextilien startet grob bei Winter- und Sommerware, sowie Damen-, Herren-, Kinderbekleidung oder Schuhe (Kraxner 2022; Meissner 2022). Im Detail wird nach Farbe, Qualität (Markenware), Material (Stoff, Jeans), Stil (trendy oder altmodisch), Funktionalität (Folklore) und Gebrauchsgrad (unbenutzt, mittelbenutzt, sehr häufig benutzt, starke Gebrauchsspuren) unterschieden (Kraxner 2022). Gewerbliche Sammler verkaufen die Sammelware zur Sortierung ins Ausland oder lagern den Schritt der Sortierung an ausländische Betriebe aus (Kraxner 2022; Zauner 2022).

### 7.2.4 Verkauf

Das Ziel von sozialwirtschaftlichen Re-Use-Organisationen ist es, so viel Cremeware (ca. 10 % der Sammelmenge) wie möglich in eigenen Shops im Inland zu verkaufen, da so die höchste Wertschöpfung generiert werden kann (Neitsch 2022). Die RepaNet-Mitglieder erwirtschaften mit der verkauften Cremeware ca. 60 % der Erlöse (Neitsch 2022). Ein Re-Use-Shop oder Online-Shop schafft als klassischer Absatzkanal wirtschaftlichen Wert, indem er Einnahmen aus dem Verkauf gebrauchter Waren erzielt, aber auch ökologischen Wert, indem er den ökologischen Fußabdruck des Konsums verringert (Bocken et al. 2014 zit. nach Gillabel et al. 2021). Für die Wahl des Sortiments, dass in den Secondhandshops angeboten werden soll, stehen vier große Produktgruppen zur Verfügung: Haushaltsartikel (ohne Strombedarf); Möbel; Elektrogeräte und Textilien (Meissner et al. 2021). Wichtig in den Verkaufsläden ist die Aufnahme der Re-Use-Gegenstände in Wirtschaftswarensysteme und die Einführung von Kassensystemen, um die Warenverkäufe und Umsatzzahlen dokumentieren zu können (Meissner et al. 2021; Meissner und Maislinger 2021). In Netzwerken oder Kooperationen sollte die Dokumentation von Verkaufsmengen zwischen den Mitgliedern geregelt werden (Meissner et al. 2021). Ebenso ist ein regelmäßiger Wechsel des Produktangebots entscheidend, um Kund:innen vielfältige und abwechselnde Waren zu bieten (Biczysko 2009 zit. nach Meissner et al. 2021; Hauer 2012 zit. nach Meissner et al. 2021). In Hinblick auf Kund:innen orientieren sich die Secondhandshops vorrangig an zwei Zielgruppen: sozial-/einkommensschwache und themensensible/umweltbewusste Personen (Müller et al. 2017 zit. nach Meissner et al. 2021). Es zeigen sich ebenso Unterschiede beim Kaufverhalten hinsichtlich Alter, Geschlecht, Kinder und Einkommen (WRAP 2019). Der Kauf

von Gebrauchtwaren ist bei jüngeren Konsument:innen zwischen 18 und 34 Jahren am höchsten (WRAP 2019). Frauen sind eher bereit, einen gebrauchten Artikel zu kaufen als Männer (WRAP 2019). Personen mit Kindern, die zu Hause leben, berichten von einem höheren Anteil an Secondhandkäufen, insbesondere diejenigen mit Kindern im Alter von 0 bis 12 Jahren (WRAP 2019). In niedrigen Einkommensgruppen sind die Gebrauchtkäufe höher (WRAP 2019). Um die Zielgruppen zu erreichen, muss auf ein gutes Preis-Leistungsverhältnis, eine gute Erreichbarkeit, ein ansprechendes Umfeld und Ambiente mit qualifizierten Mitarbeiter:innen geachtet werden (Meissner et al. 2021). Zusätzlich sollten temporäre oder regelmäßige Verkaufsaktionen, aber auch Events wie Workshops außerhalb der Öffnungszeiten in den Räumlichkeiten stattfinden (Meissner und Maislinger 2021). Bei der Gestaltung der Verkaufspreise sollten sich Organisationen am regulären Gebrauchtwarenangebot orientieren (Schachner 2012 zit. nach Meissner et al. 2021). Bei der Planung des Verkaufsstandorts gibt es vier mögliche Ansätze, die sowohl Vor- als auch Nachteile für die Organisationen und Kund:innen mit sich bringen (Meissner 2022). Die Vor- und Nachteile der Strategien von Re-Use-Shops in Verbindung mit Altstoffsammelzentren, Einkaufsstrassen oder Gewerbeparks sind in der Tabelle 10 aufgelistet.

Tabelle 10: Vor- und Nachteile der Standortstrategien von Re-Use-Shops in Verbindung mit Altstoffsammelzentren, Einkaufsstrassen oder Gewerbeparks (Eigene Darstellung nach Meissner 2022)

| Ansatz                                                                    | Vorteile                                                                                                                                | Nachteile                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Re-Use-Shops in Verbindung mit einem Altstoffsammelzentrum (ASZ)          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gut frequentiert</li> <li>• Möglichkeiten der Expansion</li> <li>• Parkflächen</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bild von ASZ negativ behaftet: Verknüpfung mit Entsorgung und Müll → Relaunch notwendig</li> <li>• Außerhalb des Zentrums</li> <li>• Mit öffentlichen Verkehrsmitteln meist nicht gut erreichbar</li> </ul> |
| Re-Use-Shops als Pop-Up-Store bzw. Flagship in beliebten Einkaufsstrassen | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoch frequentiert</li> <li>• Mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kostenintensiv</li> <li>• Begrenzte Flächen</li> </ul>                                                                                                                                                      |
| Re-Use-Shops in Gewerbeparks                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Weniger kostenintensiv</li> <li>• Parkflächen</li> <li>• Flächen/Platz für Lagerung</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit öffentlichen Verkehrsmitteln meist nicht gut erreichbar</li> <li>• Außerhalb des Zentrums</li> </ul>                                                                                                    |

Welcher Ansatz erfolgreich umsetzbar ist, hängt von den lokalen Begebenheiten und den verfügbaren Mitteln ab (Meissner 2022). Neben den physischen Möglichkeiten ist die Pflege des Online-Auftritts von Re-Use-Shops unbedingt notwendig (Meissner 2022).

## 7.2.5 Öffentlichkeitsarbeit und Bewusstseinsbildung

Bei der bewusstseinsbildenden Kommunikation ist es einerseits wichtig zu vermitteln, welche Waren für eine Sammlung in Frage kommen und andererseits, dass angebotene Gebrauchttextilien kein Abfall, sondern Produkte von hoher Qualität sind (VKU 2018 zit. nach Meissner et al. 2021). Re-Use-Organisationen sollten versuchen bei der Öffentlichkeitsarbeit Zielgruppen durch Marketingkonzepte und Maßnahmenbündel anzusprechen (Meissner et al. 2021; Bühler et al. 2019). Der beispielhafte Ablauf einer Konzepterstellung ist von der Zielsetzung über die Strategiebildung bis zum Marketingmix in der Abbildung 38 grafisch ersichtlich.

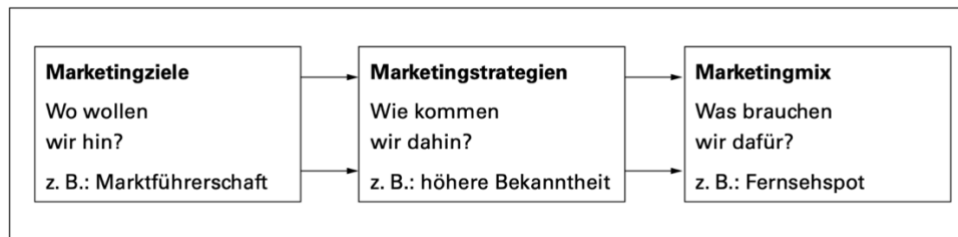


Abbildung 38: Konzeptionsphasen des Marketings (Bühler et al. 2019, 4)

Bei der Erstellung von Marketingkonzepten ist im Idealfall eine Situationsanalyse (Status quo, Zielgruppen) durchzuführen, um in weiterer Folge Marketingziele (quantitativ, qualitativ und strategisch), Marketingstrategien (Marktdurchdringung, Diversifikation), Marketinginstrumente, Marketingmix (Produkte, Preise, Werbung, Märkte) und Marketing-Controlling (Planung, Steuerung, Kontrolle) festzulegen (Bühler et al. 2019; Meissner et al. 2021). Marketingaktivitäten wie klassische Werbemaßnahmen, Onlinemarketing, Fahrzeugwerbung, Events oder Sonderaktionen können beispielsweise von Re-Use-Organisationen umgesetzt werden (siehe Tabelle 11). Um vor allem junge Generationen zu erreichen, müssen die virtuellen Räume mit neuen Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit bespielt werden (Meissner 2022).

Tabelle 11: Werbemöglichkeiten und Beispiele für Re-Use-Organisationen (verändert nach Meissner et al. 2021, 40f; Zimmer et al. 2018)

| Werbeform          | Beispiele                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Klassische Werbung | <ul style="list-style-type: none"> <li>• TV-Werbung (Fernsehaufzeichnungen im Betrieb, Spots)</li> <li>• Radiowerbung</li> <li>• Print (Folder, Flyer, Zeitschriften)</li> <li>• Außenwerbung (Plakat, Poster)</li> <li>• Newsletter</li> <li>• Werbeartikel (Bierdeckel)</li> </ul> |
| Online-Werbung     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internetauftritt, Webseite</li> <li>• Beiträge auf Social-Media-Plattformen wie Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok</li> <li>• YouTube-Videos</li> </ul>                                                                         |
| Eventmarketing     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jubiläumsfeste</li> <li>• Projekte zur Nachhaltigkeit</li> <li>• In-House-Veranstaltungen (Bildung, Kultur, Repair-Café, Workshops)</li> </ul>                                                                                              |
| Fahrzeugwerbung    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Öffentliche Verkehrsmittel</li> <li>• Transporter</li> <li>• Müllsammelfahrzeuge</li> </ul>                                                                                                                                                 |
| Sonderaktionen     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gutscheine</li> <li>• Rabattwochen</li> <li>• Give-aways</li> <li>• Standaktionen auf Messen und Stadtfesten</li> </ul>                                                                                                                     |

„Bei einer Zielgruppe handelt es sich um eine Gruppe von Personen, die als relevant für eine Marketingmaßnahme angesehen werden“ (Bühler et al. 2019, 14). Meist werden die Personengruppen nach Preissensibilität, Kaufreichweite und Medienverhalten unterteilt (Bühler et al. 2019). Laut dem Experten Meissner (2022) wäre eine wertebasierte Clusterung der Gesellschaft anhand von Sinus-Milieus zielführend. Beispielsweise teilt das Sinus-Milieu-Modell die europäische Bevölkerung nach Lebensstil und Sozialschichten in folgende zehn Gruppen ähnlicher Grund-, Lebenseinstellung und Lebensweise ein: „konservativ-etabliertes Milieu, liberal-intellektuelles Milieu, Milieu der Performer, expeditives Milieu, bürgerliche Mitte,

adaptiv-pragmatisches Milieu, sozialökologisches Milieu, traditionelles Milieu, prekäres Milieu und hedonistisches Milieu“ (Bühler et al. 2019, 20; Sinus 2022, s.p.).

### 7.3 Herausforderungen für Organisationen beim Re-Use von Gebrauchtkleidung und Alttextilien

Obwohl die Wiederverwendung in der Abfallhierarchie ein bevorzugtes Verfahren ist, bestehen dennoch Herausforderungen und offene Fragen (Williams und Shaw 2017). Grundsätzlich konnten in der Vergangenheit die Hemmnisse Gesetzgebung, billige Importe, teure Arbeitskräfte, Obsoleszenz (Ästhetik und Mode), Steuerpolitik identifiziert werden (Williams und Shaw 2017). Im Rahmen dieser Untersuchung wurde eine Reihe von zusätzlichen Herausforderungen für Organisationen, die sich mit dem Re-Use von Alttextilien und Gebrauchtkleidung beschäftigen, ermittelt. In der Tabelle 12 werden die wahrgenommenen Schwierigkeiten dargestellt, die die befragten Expert:innen geäußert haben. In den nachfolgenden Unterkapiteln werden einzelne Herausforderungen näher beleuchtet und in Kontext mit vorherrschender Literatur gebracht.

Tabelle 12: Schwierigkeiten für die Wiederverwendung von Alttextilien und Gebrauchtkleidung für Organisationen (Eigene Darstellung nach Volk 2022; Meissner 2022; Kraxner 2022; Kepplinger-Past 2022; Schlögl 2022, Zauner 2022; Zöhrer 2022, Neitsch 2022, Wachter 2022)

| <b>Faktor</b>             | <b>Schwierigkeiten</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gesetzgebung              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Komplexität des Abfallwirtschaftsgesetzes</li> <li>• Unterscheidung zwischen Abfall und Nicht-Abfall bei Kleiderspenden</li> <li>• Nutzung des Begriffs „Alttextilien“ in Verbindung mit Gebrauchtkleidung</li> </ul>                                                                                                                                                                                             |
| Sammlung                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sinkende Qualität von Primärtextilien durch Fast Fashion</li> <li>• Sinkender Anteil an qualitativ hochwertigen Textilien (Cremeware)</li> <li>• Aufrechterhaltung der Re-Use-Fähigkeit</li> <li>• Feuchtigkeit/Nässe und Hygiene v.a. bei der Containersammlung</li> <li>• Vandalismus und informelle Sammlung v.a. bei der Containersammlung</li> <li>• Planung des Containernetzes (Stadt vs. Land)</li> </ul> |
| Lagerung                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Feuchtigkeit/Nässe</li> <li>• Aufrechterhaltung der Re-Use-Fähigkeit</li> <li>• Lagerkapazitäten</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Sortierung                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überwiegend händisch &amp; Mangel an technischen Lösungen</li> <li>• Hohe Personalkosten</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Personal                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Öffnungszeiten der Secondhandshops nach der Verfügbarkeit von Ehrenamtlichen</li> <li>• Professionalität, Erfahrung, Know-how und Ausbildung</li> <li>• Administration und erneute Einschulung der Transitarbeitskräfte</li> </ul>                                                                                                                                                                                |
| Kosten                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Basisfinanzierung des Systems nicht vorhanden</li> <li>• Wirtschaftlichkeit; Finanzierungsgap</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Vermarktung               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Absatz der gebrauchten Waren; Volatilität der Preise</li> <li>• In Konkurrenz mit billiger Neuware; Primärprodukte wettbewerbsfähiger</li> <li>• Fehlende Nachfrage der Bevölkerung</li> <li>• Differenzierung zwischen Alttextilien, die online und physisch im Geschäft verkauft werden</li> </ul>                                                                                                              |
| Öffentlichkeitsarbeit     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesellschaftlicher Mangel an Akzeptanz, Vertrauen und Bewusstsein bzgl. gebrauchter Textilien</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Kooperationen /Vernetzung | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachliche Missverständnisse zwischen Abfallwirtschaft und Sozialwirtschaft</li> <li>• Förderpolitik: Aufwendige Administration und spezielles Personal wird benötigt</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                   |

Bei der gewerblichen Sammlung von Alttextilien über Containersysteme können Schäden durch Witterungseinflüsse, Vandalismus und Diebstahl entstehen (Krause et al. 2020; Kraxner 2022). Laut dem Experten Kraxner (2022) werden Vandalismusvorfälle vermehrt von Kindern und Jugendlichen begangen, die versuchen mit Feuerwerkskörpern Sammelcontainer in Brand zu setzen. Verunreinigung von Alttextilien kommen hingegen sehr selten vor und wenn geschieht dies witterungsbedingt durch Starkschneeereignisse oder Schlammrutschungen (Kraxner 2022). Darüber hinaus kommt es immer wieder zu Containerbeschädigungen durch kollidierende Fahrzeuge (Kraxner 2022). Auch die sogenannte „Beraubung“, sprich der Diebstahl von Alttextilien, ist eine weitere reale Herausforderung, die hinsichtlich des Vorkommens regionale Unterschiede und Intensitäten aufweist (Kraxner 2022; Krause et al. 2020). Beispielsweise werden laut Angaben des Experten vermehrt im Osten Österreichs Container aufgebrochen, -geknackt oder -geschnitten und Altkleider entwendet (Kraxner 2022). Karitative Organisationen verzeichnen aufgrund illegaler Sammler Mengen- und Erlösrückgänge, was interne soziale Projekte gefährdet (Korolkow 2015). Bei der Sammlung und Lagerung stellt das Thema Feuchtigkeit bzw. Nässe eine der größten Herausforderungen für Textilien dar (Kraxner 2022). Durch große Temperaturunterschiede kann sich Kondensfeuchtigkeit bilden, die in weiterer Folge zur Schimmelpilzbildung und Geruchsbelästigung führt und neben der nassen Ware auch die Umliegende beschädigt - somit unverkäuflich macht (Kraxner 2022). Außerdem klagen Sammler und Textilrecycler aufgrund steigender Sammelmengen über erschöpfte Lagerkapazitäten (Bernhardt et al. 2022). Auf einige der Barrieren wird in den nachfolgenden Kapiteln genauer eingegangen.

### 7.3.1 Gesellschaftlicher Mangel an Akzeptanz, Nachfrage und Bewusstsein

Eine Herausforderung besteht darin, dass Secondhandartikel in unserer Gesellschaft noch immer nicht von der Gesamtbevölkerung akzeptiert werden und deshalb der Bedarf bzw. die Nachfrage immer noch gering ist (Ekström und Salomonson 2014; Hemkhaus et al. 2019; Kraxner 2022). Eine große Rolle bei der Wahrnehmung von gebrauchten Produkten spielen kulturelle Faktoren (Gillabel et al. 2021). In einigen Kreisen gelten Gebraucht- oder Vintage-Artikel als einzigartig und modisch, während in anderen Kulturen ihre vermeintlich niedrige Qualität, fehlende Langlebigkeit oder ihr billiges Image ein Hindernis für den Kauf darstellen (Gillabel et al. 2021; Williams und Shaw 2017). Obwohl Secondhandprodukte zu niedrigeren Verkaufspreisen angeboten werden, weisen sie oft erhöhte Transaktionskosten auf, da Kund:innen einen Zeit- und Arbeitsaufwand aufwenden müssen, um gewünschte Waren zu finden (Gillabel et al. 2021). Zum Beispiel gibt es Einschränkungen beim Größen- und Farbangebot, bei Bestellmöglichkeiten sowie bei der Erreichbarkeit, da sich Secondhandshops meist fern von Haupteinkaufsstraßen und -plätzen befinden (Gillabel et al. 2021).

Im Falle von Gebrauchtkleidung stellen Vorurteile betreffend Verschleiß, Qualität, Hygiene oder Angebotsvielfalt Kaufhindernisse dar (Kleinhüchelkotten und Neitzke 2017; Gray et al. 2022). Ebenso besteht ein externer Einfluss durch modische Veränderungen (Trends), die Vermarktung neuer Produkte, die Verfügbarkeit billiger neuer Produkte und neuer Produkte mit verbesserter Effizienz (Williams und Shaw 2017). Private Haushalte geben in vielen Fällen bei einem Neukauf die ersetzten Produkte nicht direkt und sofort ab, sondern behalten sie aufgrund von Bequemlichkeit, weil der Verkauf bzw. die Entsorgung aufwändig ist (Krause et al. 2020). Ein weiterer Faktor für die Entscheidung, die Entsorgung von Bekleidung aufzuschieben, ist die persönliche Bindung der Menschen an Kleidungsstücke, aufgrund verinnerlichter Erinnerungen in der Person-Produkt-Bindung (Niinimäki und Armstrong 2013; De Wagenaar et al. 2022). Viele Verbraucher:innen zögern beim Spenden von gebrauchter Kleidung aus mangelndem Vertrauen in Wohltätigkeitsorganisationen und der Ungewissheit, was mit der Kleiderspende tatsächlich passiert (Gillabel et al. 2021). Außerdem ist es für die Bürger:innen oft schwierig den Unterschied zwischen re-use-fähigen und nicht re-use-fähigen Textilien zu erkennen (Gillabel et al. 2021).

### 7.3.2 Sinkende Qualität von Primärtextilien

Um hohe Wiederverwendungsraten zu gewährleisten, müssen ausreichend hochwertige und langlebige Güter auf dem Primärmarkt angeboten werden (Williams und Shaw 2017). Die geplante Obsoleszenz und der Preisdruck können zu Neuprodukten von geringerer Qualität und Lebensdauer führen, was wiederum das Potenzial für eine spätere Wiederverwendung verringert (Williams und Shaw 2017). Diese Re-Use-Potenziale werden im Falle von Textilien durch die sinkende Qualität von Fast Fashion-Produkten beeinträchtigt, was dazu führt, dass Textilien kürzer getragen werden und oft nicht mehr für eine Wiederverwendung geeignet sind (Williams und Shaw 2017; RepaNet 2019; Hemkhaus et al. 2019; RREUSE 2021). Beispielsweise geben 87 % der deutschen Sammler an, dass die Qualität dessen, was sie von den Bürger:innen erhalten, gesunken ist (bvse 2020). Die immer schlechter werdende Qualität stellt einen störenden Faktor im wirtschaftlichen Alttextilmanagement dar und erhöht den Sortieraufwand (RepaNet 2019; Friege 2020). Damit das Geschäftsmodell weiterhin funktionieren kann, müssen mehr Alttextilien gesammelt bzw. verwertet werden (Friege 2020).

### 7.3.3 Aufrechterhaltung der Re-Use-Fähigkeit

Laut dem Experten Meissner (2022) charakterisiert sich die Re-Use-Fähigkeit als etwas Flüchtliges, die bereits bei einmaliger Unachtsamkeit enden kann. Beim Sammeln, Sortieren und Transport von Gebrauchsgütern ist deshalb ein sorgfältiger Umgang das Um und Auf, um die Re-Use-Fähigkeit langfristig zu erhalten und das Wiederverwendungspotenzial der Gegenstände zu schützen (Cole et al. 2019; Schanda 2020). Nasse oder verunreinigte Textilien, die schlecht verpackt in Sammelcontainer eingeworfen werden schmälern die Re-Use-Fähigkeit (Schanda 2020). Eine unachtsame Übergabe von Bürger:innen bei den ASZ oder eine Beschädigung durch Mitarbeiter:innen im Re-Use-Prozess verringern die Re-Use-Chance enorm (Cole et al. 2019). Aufgrund dessen ist es wichtig, dass der materialschonende Umgang mit Gebrauchsgütern kommuniziert und geschult wird (Cole et al. 2019).

### 7.3.4 Mangelnde Kostendeckung und Wirtschaftlichkeit

Geschäftsmodelle, die auf der Sammlung und dem Re-Use gebrauchter Textilien basieren, werden durch die Kosten für die Sammellogistik und die Sortierung im Verhältnis zu den relativ geringen Einnahmen durch den Verkauf herausgefordert (RepaNet 2019; Gillabel et al. 2021). Die Entsorgungskosten von nicht-wiederverwendbaren Textilien sowie begrenzte Recyclingmärkte gefährden zudem die Wirtschaftlichkeit von Organisationen, die mit Secondhandtextilien arbeiten (RepaNet 2019). Im Falle von Secondhandshops sind die Gewinnspannen für gebrauchte Artikel im Vergleich zu denen, die von Outlets für neue Fast-Fashion-Teile erzielt werden können, relativ gering, während die Bearbeitungskosten für die Prüfung und Sortierung hoch sind (Gillabel et al. 2021). Durch den insgesamt hohen Anteil an nichttechnischer Arbeit im Erfassungs- und Sortierprozess haben Personalkosten in der Konsequenz einen enormen Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit (bvse 2020). Ob die Verkaufserlöse ausreichen, um alle anfallenden Kosten eines Re-Use-Betriebs zu decken, ist eine Frage, die nur für den einzelnen Betrieb mit seinen Geschäftsfeldern und Rahmenbedingungen zu klären ist (Meissner et al. 2021). In den meisten Fällen ist die VzW und das Betreiben eines Secondhandshops trotz des Verkaufs der Cremewaren nicht kostendeckend (Meissner 2022). Exemplarisch hierfür ist in Italien eine Finanzierungslücke von rund € 400 pro Tonne vorhanden (Fornasier 2018 zit. nach Meissner et al. 2021). Betrachtet man soziale Einrichtungen in Re-Use-Netzwerken, lässt sich erkennen, dass sich der Finanzierungsmix meist aus Umsatzerlösen, arbeitsmarktpolitischen Zahlungen und Projektfinanzierungen zusammensetzt (Meissner et al. 2021).

Die kostenintensivsten Stellen innerhalb der textilen Abfallkette liegen in der Sortierung und im Verkauf, in denen gleichzeitig die höchste Wertschöpfung entsteht (Neitsch 2022). Im Vergleich sind die Kosten der Sammlung relativ gering (Neitsch 2022). Privatwirtschaftliche Sammler profitieren trotz geringerer Erlöse durch den Verkauf von Originalware von höheren Gewinnspannen (Neitsch 2022).

Eine Schwierigkeit für Textilsammler und -großhändler stellt jedoch der Preisverfall der Alttextilien dar, welcher eine Konsequenz des steigenden Angebots bei stagnierender oder sinkender Nachfrage ist (Köhler et al. 2021). Es lässt sich erkennen, dass die Sammelmengen in ganz Europa wachsen (Köhler et al. 2021). Wurden im Jahr 2003 noch knapp 400.000 Tonnen an Alttextilien (KN/HS-Code 6309) aus der EU-27 in andere Teile der Welt exportiert, so stiegen die Mengen im Jahr 2019 auf 1,3 Millionen Tonnen (Köhler et al. 2021). Die Preise für EU-Exporte gebrauchter Textilien (HS-/KN-Code 6309) sind stark volatil, so stiegen sie von 80 Cent/kg im Jahr 2003 auf einen Höchststand von 95 Cent/kg im Jahr 2013 und sind seitdem aber wieder kontinuierlich gesunken und lagen 2019 bei 76 Cent/kg (Köhler et al. 2021). Dies untergräbt die Rentabilität vieler Sammler und Großhändler von Alttextilien (Köhler et al. 2021).

### 7.3.5 Politische Rahmenbedingungen und Zuständigkeiten

Die Entwicklung wirksamer politischer Re-Use-Strategien wird durch den Mangel an verfügbaren Daten und deren mindere Qualität erschwert (European Environment Agency 2021). Darüber hinaus fehlen einheitliche Standards und Strategien für die Sammlung und Verarbeitung von Alttextilien (Hemkhaus et al. 2019). In vielen Fällen steht die fehlende Aufklärung über die ministeriellen Zuständigkeiten und die daraus entstehende Komplexität und Bürokratie, Re-Use-Betrieben im Weg (Faber et al. 2020; Meissner 2022). Zum Beispiel sind in den meisten Fällen sowohl das Wirtschafts- als auch das Umwelt- und Arbeitsministerium betroffen (Faber et al. 2020). Das Rote Kreuz Niederösterreich, als karitative Organisation, beklagt ebenso die Zugänglichkeit und den Aufwand, der mit der Administration innerhalb der sozialwirtschaftlichen Förderungspolitik in Österreich einhergeht (Kepplinger-Past 2022). Die Reintegration von Langzeitarbeitslosen bringt laut der Expertin Kepplinger-Past (2022) mehr Aufwand als Vorteile mit sich, da dafür zusätzliches hauptamtliches und qualifiziertes Personal wie Sozialpädagog:innen benötigt werden.

### 7.3.6 Globale Secondhandmärkte und Export

Die Wiederverwendung von (Alt-)Textilien in europäischen Ländern wie Österreich kennzeichnet sich durch eine erhöhte Abhängigkeit von globalen Märkten, da der Großteil der Sammelware auf diesen Marktplätzen verkauft wird (Köhler et al. 2021). Diese globalen Textilmärkte wurden in der Vergangenheit vor allem durch die gestiegenen Angebotsmengen von Gebrauchtextilien und die stagnierende Nachfrage nach gebrauchten Textilien (Wiederverwendung und Recycling) beeinflusst (Köhler et al. 2021). Abfallwirtschaftliche Unternehmen exportieren ihre Sammelware aufgrund des niedrigeren Lohnniveaus im Ausland sowie dem fehlenden Know-how bei der Sortierung und den hohen Steuerlasten im Inland (Kraxner 2022; Zauner 2022). Durch den Export sinken die nationalen Wertschöpfungspotentiale und die wirtschaftlichen Chancen für die Recyclingindustrie (Niebler 2020). Mit der sinkenden Qualität der Textilien wird ein lukrativer Export immer schwieriger (Niebler 2020).

Einige asiatische Länder verbieten die Einfuhr von Gebrauchtkleidung (Bukhari et al. 2018 zit. nach Niebler 2020). Ebenso haben sich die afrikanischen Länder Kenia, Tansania, Uganda und Ruanda für ein Einfuhrverbot entschieden, da in den letzten 20 Jahren die Importraten

von gebrauchten Textilien um etwa 233 % (Uganda) bzw. 1.100 % (Tansania) gestiegen sind (VTT Research 2017 zit. nach Luptáčík et al. 2021). Der Geschäftsführer der FCC Textil2Use GmbH bemerkt seit einiger Zeit einen sinkenden Absatz von Gebrauchtkleidung in Afrika, während der Import von chinesischer Neuware steigt (Kraxner 2022). Der Experte führt dies auf wirtschaftliche Vereinbarungen mit China zurück (Kraxner 2022).

### 7.3.7 Strukturelle Begebenheiten: Stadt vs. Land

Jede Gemeinde oder Stadt stellt eine einzigartige Situation dar und weist unterschiedliche Grade an Regulierungen und Strukturen auf (McQuibban et al. 2021). Viele kommunale Organisationen stoßen deshalb im Zuge der Umsetzung von Re-Use-Aktivitäten auf strukturelle Herausforderungen (Wachter 2022). Dies beginnt bei der Planung des Sammelcontainernetzes in Abhängigkeit von der Bevölkerung (Wachter 2022). Während in Großstädten wie Wien Abstände von wenigen Kilometern zwischen einzelnen Behältern bei gleichzeitig hoher Bevölkerungsdichte liegen, die von Bürger:innen zu Fuß oder mit dem Rad zurückgelegt werden können, herrschen in großen Flächenbundesländern wie Niederösterreich andere strukturelle Begebenheiten (Wachter 2022).

In ländlichen Ortschaften mit wenigen hundert Einwohner:innen stellt sich die Frage, ob sich das Aufstellen von Containern im Verhältnis zu einem voraussichtlich geringem Aufkommen an Alttextilien rentiert (Wachter 2022). Zusätzlich beeinflusst der Wohlstand einer Region die Qualität der eingeworfenen Sammelware (Kraxner 2022). Denn je wohlhabender eine Gegend ist, in der Altkleider gesammelt werden, umso hochwertiger sind die gesammelten Güter (Kraxner 2022). Reine Stadtware ist dementsprechend wertvoller als reine Landware (Kraxner 2022). Ähnlich ist es bei der Eröffnung und dem Betrieb von Secondhandshops: Im städtischen Bereich decken wenige große Geschäfte mehrere Tausend Menschen ab, wohingegen im ländlichen Gebiet aufgrund der räumlichen Entfernungen mehr Shops für weniger Menschen benötigt werden (Wachter 2022). Der Unterschied lässt sich auch bei der Abgabe von Kleiderspenden direkt in den Läden erkennen, denn abhängig von der im Umkreis lebenden Bevölkerung fällt oder steigt die Qualität der Textilien (Kepplinger-Past 2022).



## 8. Optimale Rahmenbedingungen für textile Re-Use-Aktivitäten

Nach der Darstellung des Ablaufs textiler Re-Use-Aktivitäten in Österreich und der Darlegung der Aufgaben und Schwierigkeiten, die unter aktuellen Bedingungen bestehen oder im Laufe des Re-Use-Prozesses entstehen können, folgen nun kreislaufforientierte Lösungen, Maßnahmen, politische Instrumente als auch förderliche Faktoren, um optimale Rahmenbedingungen beim Re-Use von Alttextilien und Gebrauchtkleidung zu schaffen. Die Maßnahmen sind erforderlich, um die wirtschaftlichen Anreize für Sammler zu verbessern und die Abgabemöglichkeiten für Vornutzer:innen bequemer zu machen, damit die Materialien im System gehalten werden können (Ellen MacArthur Foundation 2017). Grundlegend erfordert der Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft die Zusammenarbeit und Strategien von Regierungen, Unternehmen und Bürger:innen gleichermaßen (Gillabel et al. 2021). Zukünftig sind Rahmenbedingungen für Alttextilien wie bürgernahe Sammlungen, transparente Kommunikation über den Verbleib der Sammelware, Vermeidung von Konkurrenz zwischen den Bereichen Re-Use und Recycling, sowie vertrauensstiftende Zertifizierungssysteme für Rücknahmestellen zielführend (Umweltdachverband 2022). Wie in Abbildung 39 erkennbar, spielt Re-Use vor allem in den Bereichen Konsum und Abfall eine wichtige Rolle.

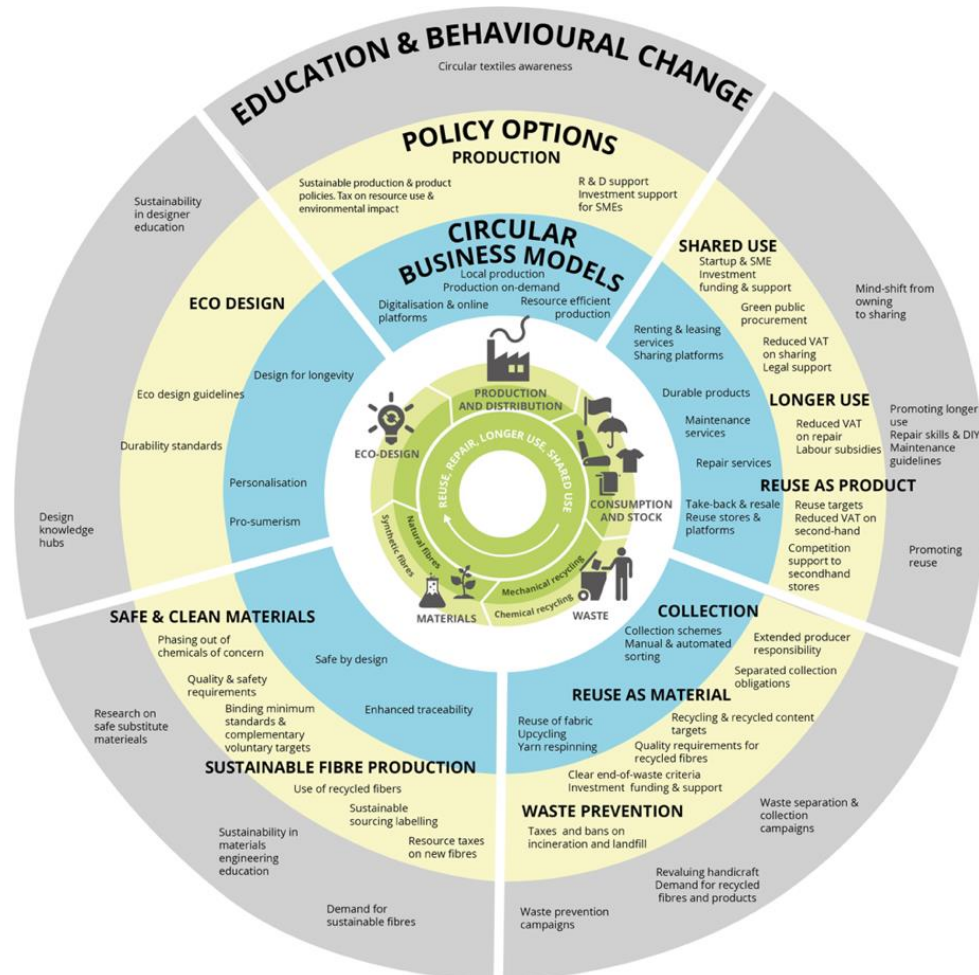


Abbildung 39: Die Rolle von Kreislaufwirtschaftsmodellen (Circular Business Models), politischen Maßnahmen (Policy Options), sowie Bildung und Verhaltensänderungen (Education & Behavioural Change) in zirkulären Textilsystemen (Manshoven et al. 2019, 28)

In der Nutzungsphase sollten Geschäftsmodelle eine längere Nutzung der Textilien fördern, z. B. durch Sharing-Plattformen, Rücknahme und Wiederverkauf sowie Secondhandläden (European Environment Agency 2019b; Manshoven et al. 2019). In den Phasen der

Sammlung, Verwertung und Behandlung von Abfällen ist es wichtig, dass Kreislaufwirtschaftsmodelle vermehrt Re-Use und Recycling ermöglichen (European Environment Agency 2019; Manshoven et al. 2019). Dies könnte durch künftige Zielvorgaben für die Abfallbewirtschaftung, eine erweiterte Herstellerverantwortung sowie Sammel- und Rücknahmesysteme erreicht werden (European Environment Agency 2019; Manshoven et al. 2019). Die Untersuchung von Virta und Räisänen (2021), die Szenarien für nachhaltige Textilproduktionen und -konsum vorstellt, identifiziert folgende drei Politikinstrumente als am wirksamsten:

1. Stärkere Rechtsvorschriften zur Unternehmensverantwortung (Regulierung);
2. Umweltsteuern auf Waren und Dienstleistungen (Wirtschaft);
3. Umweltsiegel für Waren und Dienstleistungen (Information).

Der Artikel von Zajko und Hojnik (2014) hat es sich zum Ziel gesetzt ein nachhaltiges Modell von Schlüsselfaktoren zu entwickeln, die den Rahmen für die Gründung und Entwicklung von Unternehmen in der Wiederverwendungsbranche bilden. Durch die Analyse zweier Re-Use-Organisationen und der Merkmale von Re-Use-Zentren haben die Autorinnen fünf Schlüsselfaktoren identifiziert (Zajko und Hojnik 2014):

1. Vorhandensein eines geeigneten institutionellen und rechtlichen Rahmens;
2. Versorgung der Wiederverwendungszentren mit den passenden Produkten und Partnerschaft mit kommerziellen Unternehmen;
3. Nachfrage nach gebrauchten Produkten für eine kontinuierliche Wiederverwendungsaktivität;
4. Vernetzung der Wiederverwendungszentren und gemeinsames Auftreten auf dem Markt mit einer gemeinsamen Marke;
5. Unterstützung der lokalen Gemeinschaft, insbesondere im Bereich der Sicherstellung einer geeigneten Infrastruktur für den Betrieb von Wiederverwendungszentren.

## 8.1 Politische Ansätze zur Optimierung von Re-Use im Textilbereich

Abfallvermeidungsprogramme umfassen meist politische Instrumente, die sich in die folgenden vier Haupttypen unterteilen lassen: (1) freiwillige Vereinbarungen, (2) Regulierungen, (3) wirtschaftliche Instrumente und (4) informative Instrumente (European Environment Agency 2021). Freiwillige Vereinbarungen laufen mittels Verhandlungen zwischen verschiedenen Interessengruppen ab, um zum Beispiel Netzwerke zu schaffen, die Abfallvermeidung und Kreislaufwirtschaft fördern (European Environment Agency 2021). Im Gegensatz zählen zu den Regulierungsinstrumenten Verbote und Gebote (European Environment Agency 2021). Wirtschaftliche Instrumente wie Steuern, Gebühren und Förderungen zielen darauf ab, finanzielle Anreize für eine Änderung der Konsum- oder Produktionsmuster zu setzen, indem "abfallarme" Produkte oder Dienstleistungen attraktiver und wettbewerbsfähiger gemacht werden (European Environment Agency 2021). Bei den Informationsinstrumenten handelt es sich um Kampagnen bzw. Zugang zu Informationen für Verbraucher:innen oder Unternehmen, um Aufklärung und Bewusstseinsbildung zu betreiben (European Environment Agency 2021).

### 8.1.1 Schaffung von Netzwerken als freiwillige Vereinbarungen

Freiwillige Vereinbarungen ermöglichen es Re-Use-Organisationen, die Sammelquoten durch Partnerschaften, Regelungen und Austausch zu erhöhen (Shaw und Williams 2018). Nach Gsell et al. (2019) gibt es folgende Maßnahmen, die Re-Use-Systeme unterstützen und die Wiederverwendung fördern können: Wiederverwendungs- und Reparaturnetzwerke, Dachmarken für Re-Use, Wettbewerbe zur Förderung alternativer, auf Wiederverwendung

und Wiederaufbereitung ausgerichteter Geschäftsmodelle. Der Netzwerkaufbau durch starke regionale Partnerschaften mit allen Stakeholdern und Behörden ist von Beginn an entscheidend (Meissner et al. 2021). Vorsicht ist geboten vor der Schaffung von Parallelstrukturen, denn um mit Re-Use-Aktivitäten in Österreich langfristig Erfolg zu haben, ist der Transfer von Wissen und Know-how zwischen den teilnehmenden Akteur:innen von zentraler Bedeutung (Meissner 2022). Wichtig ist, in diesem Kontext, das kooperative Arbeiten und Lernen, damit Organisationen von den Kompetenzen und Erfahrungen anderer Mitbewerber profitieren können (Meissner 2022). Beispielsweise haben sich Sozialbetriebe in den letzten Jahren eine regionale Markenbekanntheit aufgebaut, die gemeinsam mit den Öffentlichkeitsarbeitsbudgets und politischen Kontakten von Abfallwirtschaftsverbänden für Re-Use-Initiativen genutzt werden können (Meissner 2022). Die Ressourcen aller handelnden Gebietskörperschaften sind beim Re-Use gefragt (Meissner 2022). Ein weiteres Ziel wäre es dauerhafte Beziehungen zu führen, die sich von Förderungen lösen und hin zu Aufträgen, Werkverträgen oder abfallwirtschaftlichen Dienstleistungen zur Erfüllung der Kreislaufwirtschaft, entwickeln (Meissner 2022). Darüber hinaus ist ein Zusammenschluss von Arbeitsmarktpolitik, Sozialwirtschaft und Abfallwirtschaft beim Re-Use wünschenswert, sowie auf organisatorischer Ebene österreichische Ministerien und Landesabteilungen zusammenzubringen (Meissner 2022). Entsprechend wünschen sich karitative Organisationen eine zentrale Anlaufstelle für die Koordination benötigter Informationen und schnellere und unbürokratische Abläufe (Faber et al. 2020).

### 8.1.2 Verbindliche Zielvorgaben und erweiterte Herstellerverantwortung (EPR) als Regulierungsinstrumente

Die größtmögliche Wirkung kann erreicht werden, indem rechtlich verbindliche Ziele für die Mengen der Wiederverwendungs- und Abfallvermeidungstätigkeiten von der EU oder auf nationaler Ebene festgelegt werden (McQuibban et al. 2021). Insbesondere spielen Zielvorgaben für Kommunen eine entscheidende Bedeutung, da diese den Handlungsspielraum der weiteren Aktivitäten vorgeben (McQuibban et al. 2021). Nach dem Experten Meissner (2022) spielen bei Re-Use-Netzwerken zwei Indikatoren eine wesentliche Rolle. Einerseits der abfallwirtschaftliche Indikator, der misst wie viel kg pro Einwohner:in und Jahr verkauft wurde und somit im Kreislauf gehalten werden konnten (Meissner 2022). Andererseits der sozialwirtschaftliche Indikator, der angibt, wie viel sozialwirtschaftlich wertvolle Arbeitsplätze geschaffen wurden, damit Personen bei der Integration in den ersten Arbeitsmarkt geholfen wird (Meissner 2022). Beispielsweise hat sich die Region Flandern in Belgien in Zusammenarbeit mit dem flämischen Netzwerk von sozialen Re-Use-Betrieben (De Kringwinkel) zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2022 7 kg Material pro Kopf und Jahr wiederzuverwenden (McQuibban et al. 2021). Bis Ende 2015 wurde ebenso ein Beschäftigungsziel von 3.000 Vollzeitkräften im Wiederverwendungssektor gesetzt, welches aktuell mit über 5.000 Arbeitsplätzen übertroffen wurde (McQuibban et al. 2021). Darüber hinaus können die positiven ökologischen und sozialen Effekte von Secondhandshops daran bemessen werden, wie viele Geschäftslokale betrieben werden, wie viel Stückzahlen verkauft werden und wie viele Personen insgesamt beschäftigt sind (Meissner 2022). Indikatoren zur Messung des Re-Use-Erfolgs sind in der Tabelle 13 übersichtlich dargestellt.

Tabelle 13: Übersicht verschiedener Indikatoren (inkl. Einheiten) zur Messung des Re-Use-Erfolgs. Kilogramm (kg), Einwohner:in (EW), Jahr (a) (Eigene Darstellung nach Gsell et al. 2019; European Environment Agency 2021; McQuibban et al. 2021)

| Re-Use-Indikatoren                                                                                                 | Einheit |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| • Kauf von Secondhandtextilien nach Gewicht                                                                        | kg/EW/a |
| • Anteil der Secondhandprodukte an den insgesamt auf den Markt gebrachten Textilprodukten (nach Gewicht oder Wert) | %       |

| Re-Use-Indikatoren                                                                                                                              | Einheit         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| • Verhältnis (nach Gewicht) der exportierten Secondhandprodukten zu den gesamten auf dem heimischen Markt in Verkehr gebrachten Textilprodukten | %               |
| • Anzahl reparierter Textilprodukte                                                                                                             | Stück/EW/a      |
| • Zunahme der Wiederverwendung (oder der Vorbereitung zur Wiederverwendung) von Produkten im Vergleich zum Basisjahr XX                         | %               |
| • Von Gemeinden beschaffte Secondhandprodukte                                                                                                   | %               |
| • Fläche der Secondhandshops pro 10.000 Einwohner:innen                                                                                         | m <sup>2</sup>  |
| • Anzahl an Secondhandshops                                                                                                                     | Stück           |
| • Schaffung von Arbeitsplätzen durch Wiederverwendungsaktivitäten                                                                               | Arbeitsplätze/a |
| • Anzahl an Re-Use-Organisationen                                                                                                               | Stück           |

Neben verpflichtenden Zielvorgaben überlegt die Europäische Kommission im Rahmen der EU-Strategie für nachhaltige und kreislauffähige Textilien die erweiterte Produzentenverantwortung (EPR) für Textilprodukte einzuführen (European Commission 2022a). Die Einführung solch eines Systems kann dazu beitragen, die Sammlung von re-use-fähigen und recyclebaren Textilien und die Gestaltung langlebiger Textilien zu fördern sowie die Verwendung von Recyclingfasern in Neuwaren anzuregen (European Environment Agency 2021). Zusätzlich werden Fördermittel beschafft, um in Sammel- und Recyclingkapazitäten und in die Entwicklung effizienterer Sortier- und Recyclingverfahren für Textilien zu investieren (Hardy 2020 zit. nach Gillabel et al. 2021). Bisher ist Frankreich der einzige Mitgliedsstaat der EU, der als Teil einer abfallwirtschaftlichen Gesamtstrategie ein obligatorisches EPR-System für Bekleidung, Schuhe und Heimtextilien seit dem Jahr 2007 vorschreibt (Watson et al. 2020; European Environment Agency 2021). Die EPR-Regelungen gelten ausschließlich für Produkte, die von Haushalten gekauft werden (Watson et al. 2020). Gemäß den Vorschriften sind Hersteller, Händler und Importeure, die neue Kleidungsstücke, Schuhe und Haushaltswäsche auf dem französischen Markt anbieten, verpflichtet sich um deren End-of-Life-Phase zu kümmern (Watson et al. 2020; European Environment Agency 2021). Für die Akteure bestehen zwei Möglichkeiten: die Organisation eines eigenen, von den französischen Behörden zugelassenen Systems für die Sammlung, die Wiederverwendung und das Recycling, oder der Anschluss zu einer zugelassenen Organisation für Herstellerverantwortung (PRO), die Aufgaben für ihre Mitglieder gegen eine Herstellergebühr übernimmt (Watson et al. 2020). Die Organisation „Eco TLC“ ist die einzige zugelassene PRO und deckt 95 % des Marktes ab (Watson et al. 2020). Die französische Sammelquote für Wiederverwendung und Recycling hat sich dadurch zwischen 2009 und 2017 von 18 % auf 36 % verdoppelt (Ellen MacArthur Foundation 2017; Bukhari et al. 2018 zit. nach European Environment Agency 2021). Damit das System der erweiterten Herstellerverantwortung funktioniert, ist darauf zu achten, die Gebühren hoch genug festzulegen, die Rollen und Zuständigkeiten klar zuzuweisen, stabile Mechanismen zur Überwachung und Kontrolle mit Regelungen für alle gleichermaßen einzurichten und eine transparente und verhältnismäßige Finanzierung zu gewährleisten (Policy Hub - Circularity for apparel and footwear 2019 zit. nach Gillabel et al. 2021; Neitsch 2022). Die Einführung eines EPR-Systems für Textilien in Österreich wird auch von den Experten Wachter, Kraxner, Volk und Neitsch (2022) befürwortet. Nichtsdestotrotz befürchtet der Experte Neitsch (2022) einen Zielkonflikt in diesem Zusammenhang, denn sobald Textilhersteller die finanzielle Gesamtverantwortung für die Sammlung und Verwertung der Alttextilien übernehmen würden, würden sie auch die Funktionsweisen und Prozesse mitbestimmen wollen, wodurch der Fokus auf Re-Use verloren gehen könnte. Darüber hinaus beeinflussen EPR-Systeme die vorgelagerten Phasen des Lebenszyklus von Textilien kaum bis begrenzt (Watson et al. 2015). Der Experte Kraxner (2022) schlägt darüber hinaus vor, qualitative Textilverbote anhand von „Grünen Listen“ und „Roten Listen“ einzuführen, bei denen der Einsatz nicht-recyclebarer Mischfasern gänzlich verboten sind oder der Einsatz mit Strafzöllen verbunden ist.

### 8.1.3 Steuerliche Erleichterungen und Förderungen als finanzielle Instrumente

Wirtschaftspolitische Instrumente wie die Umweltsteuer, Rohstoffsteuer oder Mehrwertsteuer können dazu beitragen die Produktlebensdauer durch Wiederverwendung und Reparatur zu verlängern, den Pro-Kopf-Verbrauch von Neuware zu senken und die Marktdynamik zugunsten nachhaltiger Textilien und Reparaturdienstleistungen zu beeinflussen (European Environment Agency 2019b; Gillabel et al. 2021; Neitsch 2022). Nach Gsell et al. (2019) gibt es folgende finanzielle Maßnahmen zur Förderung von Re-Use: reduzierte Mehrwertsteuer auf gebrauchte oder reparierte Waren, Stärkung der Marktfähigkeit wiederverwendeter Produkte und Bevorzugung gebrauchter Produkte bei der öffentlichen Beschaffung.

Um die Wettbewerbsfähigkeit von Secondhandshops und -produkten zu verbessern, gibt es unterschiedliche Ansätze. Eine Möglichkeit wäre es, die Steuerlast eines Re-Use-Shops zu reduzieren, indem Secondhandwaren wie Gebraucht Kleidung von der Mehrwertsteuer befreit oder diese anteilmäßig, z.B. um 20 %, reduziert werden (Neitsch 2022; Wachter 2022). Dies würde bei Käufer:innen einen Anreiz zum Kauf von Gebraucht Kleidung über den Preis schaffen (Wachter 2022). Die EU-Mitgliedstaaten Irland, Luxemburg, Malta, die Niederlande, Polen, Slowenien und Schweden haben bereits marktbasierte Anreize unternommen, um die Mehrwertsteuer sowohl auf Gebrauchtwaren als auch auf Reparaturdienstleistungen wie die Ausbesserung und Änderung von Schuhen und Lederwaren zu senken (Gillabel et al. 2021). Beispielsweise ist in Schweden die Mehrwertsteuer auf die Reparatur von 25 % auf 12 % sowie die Reparaturkosten durch einen 50%-igen Abzug der Arbeitskosten durch einen staatlichen Zuschuss gesenkt worden (European Environment Agency 2021). Auch in Belgien besteht eine Mehrwertsteuer in Höhe von nur 6 % auf die Reparatur von Kleidung (European Environment Agency 2021). Für die Einführung einer reduzierten Mehrwertsteuer bei Gebrauchtwaren spricht das Argument, dass bereits beim Erstkauf der Neuware die Mehrwertsteuer entrichtet wurde und man beim Kauf in einem Secondhandshop diese ein zweites Mal bezahlen müsste (Neitsch 2022). Der Nachteil einer Senkung der Mehrwertsteuer besteht in der Intransparenz und mangelnden Kontrolle (Neitsch 2022). Es besteht die Gefahr, dass die Preisreduktionen von den Shopbesitzer:innen nicht an die Kund:innen weitergegeben werden (Neitsch 2022; Wachter 2022). Generelle Steuerbefreiungen bzw. -entlastungen für Secondhandshops oder Re-Use-Organisationen wären wünschenswert, um Betriebe, die in der Wiederverwendung tätig sind, zu fördern (Wachter 2022; Zauner 2022).

Eine weitere finanzielle Möglichkeit, wie sie bereits in Bulgarien durchgeführt wird, wäre eine Ermäßigung der Patentsteuer für Kleinunternehmen, deren Aktivitäten wie Reparaturdienstleistungen zum Re-Use von Textilprodukten beitragen (European Environment Agency 2021). Zusätzlich könnten Lohnkostenzuschüsse oder Start-up-/Übergangsfonds für Unternehmen und Geschäftsmodelle, die die Lebensdauer von Textilien verlängern, bereitgestellt werden (Von Bahr et al. 2019). Die Entwicklung benutzerfreundlicher Plattformen, die die Bestände von mehreren Re-Use-Geschäften zusammenführen, würde ein einfaches Matching von Kund:innen und Gebrauchtwarenanbieter:innen ermöglichen und die Hürde der langen Suche nach den richtigen Produkten verringern (Gillabel et al. 2021). Eine weitere Option wäre es den Re-Use-Markt sichtbarer zu machen, indem Secondhandläden in zentralen Einkaufsbereichen angesiedelt oder Teile für den Verkauf von Secondhandwaren reserviert werden (Gillabel et al. 2021). Die Shopbetreiber:innen könnten bei den Mietkosten finanziell unterstützt werden (Gillabel et al. 2021). Eine weitreichendere Maßnahme, um Secondhandprodukte wettbewerbsfähiger zu machen, wäre die Externalisierung aller Kosten für Primärprodukte, damit sich deren Ressourcenverbrauch und Umweltauswirkungen im Preis widerspiegeln (Meissner 2022). Grundsätzlich wird eine angepasste Förderlogik, bessere Kommunikation und geeignete Instrumente von Seiten der Sozial- und Arbeitsmarktpolitik für kreislaufwirtschaftliche Betriebe, die Arbeitsmarktintegration durchführen, benötigt (Meissner 2022). Im Sinne von Direktförderungen vom Bund spricht sich Herr Neitsch (2022) und Wachter (2022), in Anlehnung an den vor kurzem in Österreich

etablierten Reparaturbonus für Elektrogeräte, auch für einen Reparaturbonus für Textilien und einen Re-Use-Bonus für Secondhandwaren aus. Hier könnte man mit einem ähnlich dimensionierten Budget von 130 Millionen Euro auf 5 Jahre den Gebrauchtwarenmarkt ankurbeln (Neitsch 2022). Finanziert werden könnte der Bonus im Textilbereich durch die EPR-Systeme (Neitsch 2022). Im Vergleich werden laut dem kommunalen Experten Schlögl (2022) € 800 bis € 1.000 pro Tonne Alttextilien benötigt, um den Re-Use-Anteil zu erhöhen und Re-Use in Österreich zu stärken. Auch öffentliche Institutionen können durch ihre Kaufentscheidungen Konsum- und Produktionsmuster nachhaltig beeinflussen (Luptáčík et al. 2021). Deshalb bietet die EU ihren Mitgliedsstaaten einen freiwilligen „Kriterienkatalog für die nachhaltige öffentliche Beschaffung“ (Green Public Procurement) an, um nachhaltige Produkte und Dienstleistungen auf einfache Art und Weise zu erwerben (Luptáčík et al. 2021). Bei Re-Use-Initiativen wäre es sinnvoll ökologische und soziale Kriterien bei öffentlichen Vergabe- und Ausschreibungsverfahren einzuführen, um die positiven sozialen und ökologischen Auswirkungen der Wiederverwendung zu berücksichtigen und die Akzeptanz von gebrauchten Produkten zu fördern (McQuibban et al. 2021). Die Neugestaltung des öffentlichen Beschaffungswesens ist insofern von Bedeutung, da in den meisten Fällen immer noch der niedrigste Preis als entscheidendes Auswahlkriterium herangezogen wird (McQuibban et al. 2021). Sozial- und Umweltkriterien zeigen insbesondere bei der Sammlung von Textilabfällen, Verwaltung von Abfallsammel- und Re-Use-Stellen und der Vermietung von Waren und Dienstleistungen im Zusammenhang mit öffentlichen Veranstaltungen einen großen Einfluss (McQuibban et al. 2021). Beispielsweise könnten Organisationen bevorzugt werden, die einen Fokus auf die Abfallvermeidung und stoffliche Verwertung legen oder die Weitergabe von gesammelten Gegenständen an Bedürftige durchführen (McQuibban et al. 2021). Im dänischen Abfallvermeidungsprogramm sind Umweltzielsetzungen für die öffentliche Beschaffung von Textilien und Textildienstleistungen festgelegt (European Environment Agency 2021). Die Gemeinde Vicenza in Italien gibt bei öffentlichen Ausschreibungen Sozialunternehmen den Vorrang, indem sie zwei verschiedene Arten von Ausschreibungen durchführt (McQuibban et al. 2021, 7):

1. „Aufträge über € 221.000 stehen allen Wirtschaftsteilnehmern offen, deren Hauptzweck die soziale und berufliche Eingliederung von Menschen mit Behinderungen oder aus benachteiligten Verhältnissen ist, oder wenn mindestens 30 % der Arbeitnehmer:innen der oben genannten Wirtschaftsteilnehmer aus Menschen mit Behinderungen oder aus benachteiligten Verhältnissen bestehen.“
2. „Aufträge unter € 221.000 sind sozialen Genossenschaften des Typs "B" vorbehalten (Genossenschaften zur Arbeitsintegration, die mindestens 30 % benachteiligte Personen beschäftigen und in einem beliebigen Bereich tätig sind).“

Ausschreibungen, die bei der Alttextilsammlung auf den Bestpreis abzielen, bewirken in vielen Fällen, dass das beauftragte Unternehmen die Sammel- oder Sortierkosten minimiert und versucht, den Gewinn durch den Verkauf bzw. Export der Ware zu erzielen (Friege 2020).

#### 8.1.4 Bewusstseinsbildung und Öffentlichkeitsarbeit als informelle Instrumente

Nach Gsell et al. (2019) gibt es folgende politische Informations- und Sensibilisierungsinstrumente: Sensibilisierungskampagnen und Re-Use-Labels. Maßnahmen im Rahmen des Konsums von Textilprodukten und der Wiederverwendung verfolgen zur Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung Kampagnen für Verbraucher oder Unternehmen (European Environment Agency 2021). Eine informative Maßnahme für Organisationen und Betriebe wäre die Einrichtung einer Re-Use-Plattform für den Informations- und Erfahrungsaustausch (European Environment Agency 2021). Re-Use-Labels für Secondhandverkäufer:innen und Plattformen, bei denen die Berichterstattung eine Voraussetzung für die Erlangung des Labels ist, könnten nationale oder EU-weite Anreizsysteme sein und Informationen für Bürger:innen bieten (Gsell et al. 2019).

Grundsätzlich muss in der Bevölkerung der Zusammenhang zwischen dem Konsum von Kleidung und den Auswirkungen auf die Umwelt verdeutlicht werden (Ekström und Salomonson 2014). Sensibilisierungskampagnen könnten sich zur Verringerung des Kaufs von Kleidungsstücken auf die Kategorien konzentrieren, die derzeit am meisten ungenutzt im Kleiderschrank zu finden sind: kurzärmelige T-Shirts, Oberteile, Schuhe, Stiefel, Kleider, Schals und Tücher (De Wagenaar et al. 2022). Als nächstes spielen auf der Verbraucherebene Sensibilisierungskampagnen zum Thema Kreislaufwirtschaft und Wiederverwendung besonders im schulischen Kontext bzw. in der Ausbildung junger Erwachsener eine wichtige Rolle (Hemkhaus et al. 2019; Wachter 2022; Kraxner 2022; Neitsch 2022). Denn ein jüngeres Publikum scheint Secondhandkäufen gegenüber aufgeschlossener zu sein (Gray et al. 2022). In einer Studie von Noh (2021) wurde untersucht, wie sich die Auseinandersetzung von Studierenden mit Informationen über Recycling/Wiederverwendung durch Bildungseinrichtungen, Medien und zwischenmenschliche Kommunikation auf ihre subjektiven Normen, ihre Einstellung zu Recycling/Wiederverwendung, ihre Absichten und ihr Verhalten auswirkt. Unter subjektiven Normen versteht man soziale Normen, nach denen eine Person die Zustimmung oder Ablehnung anderer Mitglieder der Gesellschaft zu einem bestimmten Verhalten wahrnimmt (Noh 2021). Subjektive Normen können ebenso Verhaltensabsichten beeinflussen, was wiederum höchstwahrscheinlich zu tatsächlichem Verhalten führt (Fishbein und Ajzen 1975; Noh 2021). Die Autorin kam zu dem Ergebnis, dass sich durch Informationen von Bildungseinrichtungen positive subjektive Normen bei den Student:innen bildeten, die sich direkt auf ihre Recycling-/Wiederverwendungsabsicht und ihr Verhalten auswirkten (Noh 2021). Außerdem konnten indirekt ihre Absicht und ihr Verhalten aufgrund einer positiven Wirkung auf ihre Einstellung beeinflusst werden (Noh 2021). Andererseits entwickelte sich bei den Studierenden, wenn sie Informationen über Recycling/Wiederverwendung über die Medien erhielten, eine positive Einstellung, die sich positiv auf ihre Recycling- bzw. Wiederverwendungsabsichten und ihr Verhalten auswirkte (Noh 2021). Zwischenmenschliche Kommunikationsquellen trugen weder zur Entwicklung positiver subjektiver Normen noch zu einer positiven Einstellung zum Recycling/Wiederverwendung bei und bewirkten somit auch keine Verbesserung der Recycling-/Wiederverwendungsabsicht und des Verhaltens (Noh 2021). Auch gemeinnützige Organisationen können die Öffentlichkeit darüber informieren, wie Kleidung wiederverwendet werden kann und warum es wichtig ist, dies zu tun (Ekström und Salomonson 2014). In der End-of-Life-Phase hängt der Anteil der Alttextilien, der wiederverwendet werden kann, von der Qualität und Menge der Sammelware ab (bvse 2020). Die Re-Use-Mengen und -Volumina können besonders durch die Generierung von Wissen und die Verbesserung vorhandener Kenntnisse innerhalb der Bevölkerung erhöht werden (Ekström und Salomonson 2014). Da Verbraucher:innen unterschiedliche Motivationen bei dem Verkauf, der Spende oder Entsorgung von Textilien haben, sollte darauf bei der Bewusstseinsbildung und der Sensibilisierung eingegangen werden (De Wagenaar et al. 2022). Kampagnen könnten sich beispielsweise an Verbrauchergruppen richten, die kürzlich umgezogen sind oder einen "Frühjahrsputz" in ihrem Kleiderschrank durchführen (Ekström und Salomonson 2014). Denn Bürger:innen sollten darüber informiert werden, dass gebrauchte Kleidung und Textilien als wertvolle Ressource und nicht als Abfall, angesehen werden müssen (Ekström und Salomonson 2014). Zu guter Letzt setzt ein gesteigerter Kauf von Gebrauchttextilien voraus, dass Bürger:innen den Bedarf an gebrauchten Qualitätswaren erkennen, Kaufmöglichkeiten von Gebrauchttextilien attraktiver gestaltet werden und dadurch die Nachfrage gesteigert wird (Kraxner 2022; Meissner 2022). Um das Vertrauen der Bürger:innen hinsichtlich der Wiederverwendung gebrauchter Kleidung zu steigern, müssen Gebrauchtwaren mit Qualitätsanspruch in Re-Use-Netzwerken gewährleistet werden (Meissner et al. 2021; Kraxner 2022). Die Vermarktung der Vorteile von Gebrauchttextilien sollte über den ökologischen Aspekt hinaus gehen, indem es die persönliche und soziale Ebene der Menschen adressiert (Neitsch 2022). Zum Beispiel könnte in der Bewerbung der ökonomische Mehrwert mit einem Wohlfühleffekt sowie dem gesellschaftlichen Aspekt („Gute Tat für Mitmenschen“) gekoppelt werden (Neitsch 2022). Besonders wichtig ist das Storytelling, denn Re-Use-Waren haben eine Geschichte zu erzählen (Neitsch 2022). Um

zielgerichtete Kommunikationswege zu wählen, darf die Perspektive der Konsument:innen und was diesen als wichtig erscheint, nicht vernachlässigt werden (Ekström und Salomonson 2014).

## 8.2 Anpassung des abfallwirtschaftlichen Rechtsrahmens

In Österreich werden Textilien, welche in öffentlichen Sammelcontainern entsorgt werden, rechtlich als Abfall klassifiziert, während persönliche Kleiderspenden an gemeinnützige Organisationen nicht als Abfall gelten (Dittrich und Neitsch 2022). Diese Unterscheidung besteht, obwohl die weiteren Behandlungsschritte (Sortierung, Verkauf) in den meisten Fällen ident ablaufen (Dittrich und Neitsch 2022). Von Seiten der karitativen Organisationen herrscht Unverständnis gegenüber der Regelung zur Abgrenzung bzw. Unterscheidung zwischen Abfall und Nicht-Abfall bei Gebrauchtkleidung (Kepplinger-Past 2022). Als wünschenswert genannt werden diesbezüglich Ausnahmeregelungen für Sozialbetriebe im Vergleich zu privatwirtschaftlichen Akteuren und die Konkretisierung der Abfallgrenze, um Kleiderabgaben bei sozialen Organisationen unabhängig der Sammelart als Spende zu werten (Kepplinger-Past 2022). In anderen europäischen Ländern wird die Differenzierung anders gehandhabt (Dittrich und Neitsch 2022). Zum Beispiel wird in nordischen Ländern die Sammlung über Sammelbehälter nicht als Abfallsammlung eingestuft, sofern der Sammler klar kommuniziert, dass er nur wiederverwendbare Textilien erhalten möchte (Watson et al. 2020). Wenn jedoch ein Sammler trotz dieser Mitteilung erhebliche Mengen an nicht wiederverwendbaren Textilien erhält, wird die Sammlung als Abfallsammlung betrachtet (Watson et al. 2020). Neben der genannten Grenze des Abfallbegriffs, ist der Begriff „Alttextilien“ selbst nicht optimal gewählt und benötigt eine Überarbeitung des Wordings (Neitsch 2022; Zauner 2022). Denn der Zusatz „Alt-“ wird in den Köpfen der Bevölkerung mit etwas Negativem und Minderwertigem in Verbindung gebracht (Neitsch 2022). Laut dem befragten Experten Meissner (2022) benötigt das vorherrschende Abfallrecht in Österreich zusätzlich Vereinfachungen und Anpassungen an die neuen Herausforderungen mit denen sozialwirtschaftliche Re-Use-Akteure im Vollzug konfrontiert sind. Eine Schwierigkeit, die geändert werden müsste, ist die aktuelle Bewilligungsregelung betreffend der Abfallsammlung und -behandlung von kleinsten Abfallmengen durch Kleinbetriebe (Meissner 2022). Um die gesamtheitlichen Re-Use-Mengen in Österreich abschätzen zu können, aber auch um quantitative Re-Use-Zielvorgaben zu erreichen, ist eine Verbesserung im Monitoring notwendig (Neitsch 2022). Aktuell führt man lediglich qualifizierte Schätzungen über Hochrechnungen durch (Neitsch 2022). Der Experte Meissner (2022) geht davon aus, dass enorme Mengen über Flohmärkte o.Ä. im Sinne der Abfallvermeidung wiederverwendet werden, diese jedoch aufgrund der fehlenden Dokumentationspflicht nicht gemeldet werden.

## 8.3 Erfolgsfaktoren beim Re-Use von Gebrauchtkleidung und Alttextilien

Zusammenfassend wird in der Tabelle 14 ein Überblick über die Erfolgsfaktoren für Organisationen, die Teil des Re-Use-Prozesses von Gebrauchtkleidung und Alttextilien sind, gegeben.

Tabelle 14: Erfolgsfaktoren für Organisationen, die Teil des Re-Use-Prozesses von Gebrauchtkleidung und Alttextilien sind (Eigene Darstellung nach Zimmer et al. 2018; Volk 2022; Schlögl 2022; Angelini et al. 2021; Wachter 2022; Meissner 2022; Neitsch 2022; Meissner et al. 2021)

| Faktor   | Umsetzung                                                                                                            |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sammlung | Flächendeckendes und bürgernahes Sammelnetz; einheitliches und sicheres Behältersystem; materialschonender Transport |



| <b>Faktor</b>                                          | <b>Umsetzung</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Infrastruktur                                          | Anbindung und Erreichbarkeit: gute öffentliche Verkehrsanbindung, genug Parkplätze, Wohnhäuser in der Umgebung für Laufkundschaft; einfache und unkomplizierte Abgabemöglichkeiten                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Verkaufsraum                                           | Ansprechende Gestaltung der Verkaufsräume: ordentlich, modern, schöne Präsentation; ausreichend große Fläche                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Warenangebot                                           | Größe, Vielfalt und Aktualisierung: Warenangebot sollte groß sein, Verkaufsregale möglichst täglich mit neuer Ware bestücken, gesicherte Warenströme (dauerhafte, regelmäßige Zulieferung), interessantes Sortiment                                                                                                                                                                                                                                            |
| Personal                                               | Engagement, Leidenschaft und effiziente Zusammenarbeit; freiwillige Helfer:innen; aufmerksame Personalführung; Betriebs-Prozess-Handbuch: Orientierungshilfe, Struktur, Richtlinien, klare Regeln für Arbeitsabläufe                                                                                                                                                                                                                                           |
| Zielgruppe                                             | Möglichst viele unterschiedliche Kundengruppen ansprechen: vom gutsituierten Sammler bis zum Bedürftigen; Neueinteilung der Zielgruppen in Anlehnung an Sinus-Milieus                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Marketing                                              | Nutzung zielgruppenorientierter Instrumente in Anlehnung an Gesellschaftsforschung (Sinus-Milieu); Online-Auftritt: Nutzung neuer Medien und Kanäle, um junge Generationen zu erreichen; aktive Bewerbung und Durchführung von Aktionen; Verwendung positiver und emotionaler Messages: Storytelling, Wohlfühlfaktor; einheitliche Arbeitskleidung (Corporate Identity); Präsenz in lokalen und regionalen Medien; lokale TV-Spots; Auf Kundenkritik reagieren |
| Finanzierung                                           | Sicherstellung einer Basisfinanzierung; Effizienz und Effektivität: Finanzmittel gut einsetzen; Mehrwertsteuersenkung für Bürger:innen beim Kauf von Gebraucht Kleidung; Steuererleichterungen für Re-Use-Betriebe, Subventionen und Förderungen bei Mietkosten; Reparaturbonus und Re-Use-Bonus; Erweiterte Herstellerverantwortung (EPR); Verursacherprinzip: Finanzierungslücke durch Abfallgebühren der Kommunen/Haushalte ausgleichen                     |
| Vernetzung/<br>Kooperation mit der<br>Sozialwirtschaft | Verständnis für die Fachsprache und Rahmenbedingungen der unterschiedlichen Netzwerkakteure; Schnittstellen/Aufgaben klar definieren; Zeit und Aufmerksamkeit für das Thema Re-Use; finanzielle Mittel für den Shopbetrieb; Nutzung vorhandener Kompetenzen: Markenbekanntheit, politische Kontakte, Budgets; Erschließung von Beschäftigungspotenzialen für benachteiligte Menschen                                                                           |

Die Stellplätze der Behälter sind das Um und Auf der Sammlung (Kraxner 2022). Der Standort spielt dabei eine entscheidende Rolle, da dieser nicht zu sehr von der Witterung beeinflusst werden darf und eine gute Erreichbarkeit und Parkmöglichkeiten für PKWs, v.a. in ländlichen Regionen, bieten muss (Kraxner 2022). Ebenso sollten die Plätze gut frequentiert und einsichtig sein, um Beraubungen zu verhindern (Kraxner 2022). Je optimaler die Stellplätze liegen und je wohlhabender eine Gegend ist, umso höher ist die Qualität der gesammelten Ware (Kraxner 2022). Der Verkaufsraum sollte für Kund:innen ansprechend gestaltet sein und ein übersichtliches, breites und wechselndes Gebrauchtassortiment bieten (Zimmer et al. 2018). Beim Personal sind engagierte Mitarbeiter:innen hilfreich, die durch Richtlinien und Regelungen in den Arbeitsprozessen optimal geführt werden (Zimmer et al. 2018). Das Erfolgsgeheimnis ist mit den Werbemitteln, dem Warenangebot und der Verkaufsraumgestaltung unterschiedliche Kundencluster anzusprechen, um Stigmatisierung und negative Vorurteile zu verhindern (Zimmer et al. 2018). Im Marketing muss vermehrt auf neue und kreative Werbeformen gesetzt werden, die sich vor allem an Jugendliche und junge Erwachsene auf Social-Media-Plattformen richten (Meissner 2022). Im Rahmen der Finanzierung sind Steuererleichterungen und Förderungen für Re-Use-Betriebe enorm wichtig, da die Tätigkeiten unter den aktuellen Rahmenbedingungen nicht immer kostendeckend ausgeführt werden können (Meissner 2022, Zauner 2022). Die Vernetzung der Re-Use-Akteure ist ebenso hilfreich, um vorhandene Kompetenzen und Strukturen ideal zu nutzen und gemeinsam mit der Sozialwirtschaft gesellschaftlichen Mehrwert zu leisten (Meissner 2022).

## 9. Diskussion

Zusammenfassend lässt sich der Re-Use-Prozess von Textilien wie folgt erläutern. Re-Use durch die persönliche Übergabe von Gebrauchtkleidung oder Flohmärkte erfolgt außerhalb des Abfallregimes als Abfallvermeidungsmaßnahme, weshalb keine Meldepflicht besteht und die gesamtheitlich wiederverwendeten Mengen schwer abschätzbar sind (Meissner 2022). Für textile Sammel- und Verwertungstätigkeiten von Alttextilien innerhalb des Abfallregimes kommen in den meisten Fällen öffentliche Containersammelbehälter im Bringsystem zum Einsatz (Neitsch 2022). Die Containersammlung ist vor allem in der Abfallwirtschaft und bei gemeinnützigen Organisationen eine gängige Praxis (Gillabel et al. 2021). Die Sammelcontainer befinden sich in der Regel in der Nähe von Supermärkten, auf Parkplätzen, an kommunalen Sammelinseln oder auf Recyclinghöfen bzw. Altstoffsammelstellen (Schmidt et al. 2016). Die Sammlung von Siedlungsabfällen aus privaten und ähnlichen Einrichtungen fällt unter die kommunale Hoheit, weshalb sammelnde Organisationen mit Kommunen Vereinbarungen eingehen oder abfallwirtschaftliche Verträge abschließen (Neitsch 2022). Während bei der Nutzung öffentlicher Stellflächen ein zusätzlicher Vertrag mit der Gemeinde benötigt wird, werden Regelungen zu privaten Standplätzen (Supermarktparkplätze) mit den privaten Grundeigentümern vereinbart (Neitsch 2022). Diese Container-Standplätze können je nach Vereinbarung kostenlos sein oder eine Standgebühr beinhalten (Neitsch 2022). In Wien sind die zu entrichtenden Gebühren aufgrund des limitierten öffentlichen Raums am höchsten (Neitsch 2022). Verbraucher:innen bringen aussortierte Textilien meist in Säcken verpackt, z.B. in Verbindung mit einer anderen Erledigung, zu einem nahegelegenen Container (Schmidt et al. 2016; Neitsch 2022). Die Textilien, vor allem Kleidung, in diesen Rücknahmesystemen können von jeder beliebigen Marke sein und ihre Qualität ist in der Regel gering bis durchschnittlich, aber Sammler profitieren davon, dass sie die Materialien kostenlos erhalten (Gillabel et al. 2021; Schmidt et al. 2016). Bei der Textilsammlung werden bereits während des Ausleerens der Container grobe und wahrnehmbare Fehlwürfe und Fremdstoffe aussortiert, separat mitgenommen und als Restmüll entsorgt (Neitsch 2022). Nach dem ersten Warencheck teilt sich der Weg der Alttextilien je nach Geschäftssektor der sammelnden Organisation auf (Neitsch 2022). Privatwirtschaftliche Sammler sichten in den meisten Fällen die Alttextilien kein weiteres Mal, sondern verkaufen am globalen Textilmarkt die sogenannte Originalware, unsortiert an Großhändler oder Sortierwerke weiter (Schmidt et al. 2016; Gillabel et al. 2021; Neitsch 2022; Kraxner 2022). Im Vergleich prüfen sozialwirtschaftliche Sammler entweder die gesamte oder einen Teil der Sammelware und sortieren so viel Cremeware wie möglich für ihre eigenen Secondhandshops aus, um die höchste Wertschöpfung zu erreichen (Neitsch 2022; Gillabel et al. 2021; Schmidt et al. 2016). Im Falle einer karitativen Sammlung sind häufig ehrenamtliche Mitarbeiter:innen an der Sortierung und dem Weiterverkauf beteiligt, wobei die Einnahmen an die gemeinnützige Organisation oder an Gemeinschaftsinitiativen fließen (Gillabel et al. 2021). Gesamtheitlich betrachtet wird ein geringer Teil der Sammelware lokal in Secondhandläden wiederverwendet und günstig verkauft (Gillabel et al. 2021). Der größte Teil wird exportiert, beispielsweise zur Wiederverwendung nach Asien oder Afrika, zum Recycling oder zur Entsorgung (Schmidt et al. 2016; Gillabel et al. 2021). Durch das Internet haben sich die Verkaufsmöglichkeiten von Gebrauchtkleidung verändert (Williams und Shaw 2017). Die meisten Secondhandshops nutzen mittlerweile den Online-Handel als zusätzliches Standbein, um ihre physische Präsenz zu erweitern (Williams und Shaw 2017).

### 9.1 Vergleich der untersuchten Sektoren

Um den institutionellen Teil dieser Untersuchung abzuschließen, werden die Ergebnisse der drei Sektoren in tabellarischer Form verglichen. Die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der drei Sektoren sind zum direkten Vergleich in der Tabelle 15 gegenübergestellt.

Tabelle 15: Vergleich der organisatorischen Re-Use-Tätigkeiten der drei Sektoren (Eigene Darstellung)

| Kriterium           | Kommunaler Sektor                                                                                                                                                                                             | Gewerblicher Sektor                                                                                                                       | Karitativer Sektor                                                                                                                                                                    |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Organisationsziele  | Abfallvermeidung, Bewusstseinsbildung, Anteile der Alttextilien im gemischten Siedlungsabfall reduzieren, Re-Use und VzW steigern, Wertschöpfung im Inland generieren, kostengünstige Gebrauchtwaren anbieten | Anteil an vermarktbaran Anteilen (Re-Use, Recycling) erhöhen, Qualitätsverluste vermeiden, Partner/Kundenbeziehungen ausbauen und stärken | Arbeitsplätze für Langzeitarbeitslose und Benachteiligte schaffen, Sachspenden in finanzielle Mittel für soziale Projekte umwandeln, kostenlose oder günstige Gebrauchtwaren anbieten |
| Rechtsform          | Verwaltungsbehörde, Gemeindeverbände, Vereine                                                                                                                                                                 | GmbH, AG                                                                                                                                  | Vereine, Verbände, GmbH, Social Business                                                                                                                                              |
| Organisationsformen | Gebrauchtwarenkaufhaus, Online-Plattform, Netzwerkaufbau                                                                                                                                                      | Export/Verkauf an Verwertungsbetriebe                                                                                                     | Zusammenarbeit mit AMS (Sozialbetrieb), eigene Secondhandshops, E-Commerce-Plattform                                                                                                  |
| Personal            | Unbefristet angestellte und qualifizierte Beschäftigte                                                                                                                                                        | Unbefristet angestellte und qualifizierte Beschäftigte, selbstständige Kleinunternehmer:innen                                             | Transitarbeitskräfte, ehrenamtliche Mitarbeiter:innen, unbefristet angestellte und qualifizierte Beschäftigte                                                                         |
| Finanzierung        | Abfallgebühren, Verkaufserlöse, Mitgliedsbeiträge                                                                                                                                                             | Verkaufserlöse durch Export                                                                                                               | Verkaufserlöse, Förderungen: sozial- und arbeitsmarktbezogene Zuschüsse, Spenden, Mitgliedsbeiträge                                                                                   |
| Kostenfaktoren      | Personal, Öffentlichkeitsarbeit                                                                                                                                                                               | Personal, Stellplatz-/Lizenzgebühren, Betriebsmittel, Entsorgung                                                                          | Personal, Verkaufsgeschäfte (Miete, Energie etc.), Betriebsmittel, Stellplatzgebühren                                                                                                 |
| Sammelformen        | Selbstständig, Netzwerkpartner, Containersystem, Direktübernahme                                                                                                                                              | Selbstständig, Selbstständige Kleinunternehmer:innen, Containersystem, Online-Rücknahmesystem                                             | Selbstständig, Abfallunternehmen als Partner, Containersystem, Direktübernahme                                                                                                        |
| Sammelware/Angebot  | Großes Angebot an Gebrauchtwaren (Cremeware), Alttextilien, Altkleider (exkl. Haus- und Heimtextilien), Gebrauchtkeidung (Spenden)                                                                            | Alttextilien, Altkleider (exkl. Haus- und Heimtextilien), Originalware                                                                    | Großes Angebot an Gebrauchtwaren (Cremeware), Alttextilien, Altkleider (exkl. Haus- und Heimtextilien), Gebrauchtkeidung (Spenden)                                                    |
| Sammel-mengen       | 250-1.000 t pro Jahr                                                                                                                                                                                          | 4.250-10.000 t pro Jahr (80.000 t TEXAID AG)                                                                                              | 480-7.600 t pro Jahr                                                                                                                                                                  |
| Sortierung          | Selbstständig, Netzwerkpartner, Partnersortierwerke                                                                                                                                                           | Externe oder interne Sortierwerke                                                                                                         | Selbstständig, externe Sortierwerke, Partnersortierwerke                                                                                                                              |
| Verkauf/Export      | Privatkund:innen, Großhandel, Textilrecyclingfirmen                                                                                                                                                           | Groß-/Kleinhandel, Textilrecyclingfirmen, Sortierwerke                                                                                    | Privatkund:innen, Großhandel, Textilrecyclingfirmen, Sortierwerke                                                                                                                     |
| Kunden-segmente     | Lokale Bevölkerung, Großhandel als Abnehmer der beraubten Ware, karitative Organisationen                                                                                                                     | Karitative Organisationen (Lizenzsystem), Sortierwerke, Groß-/Kleinhandel                                                                 | Lokale Bevölkerung, Bedürftige, Groß-/Kleinhandel als Abnehmer der beraubten Textilien                                                                                                |

| Kriterium         | Kommunaler Sektor                                                                                                                   | Gewerblicher Sektor                                                                                     | Karitativer Sektor                                                                                 |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Schlüssel-partner | Sozialbetriebe, Kommunen/AWV, Netzwerkpartner, Unternehmen                                                                          | Karitative Organisationen als Lizenzgeber, Kommunen/AWV, selbstständige Fahrer:innen                    | RepaNet, Kommunen/AWV, Großhändler, Entsorgungsfirmen, Partnersortierwerke, Sozialwirtschaft (AMS) |
| Kanäle            | Online & offline: Webseite, Social Media, Plakate, Folder, Gemeindezeitung, TV, Radio, Fahrzeugwerbung, Events, Vorträge, Workshops | Online & offline: Webseite, Interviews, Bewerbung durch Kommunen/AWV (Gemeindezeitung) oder Lizenzgeber | Online & offline: Webseite, Social Media, Plakate, Folder, TV, Radio, Events                       |

Die Organisationen der drei Sektoren haben gemeinsam, dass sie Alttextilien oder Gebrauchtkleidung durch Container oder Direktübernahmen sammeln, Originalware oder beraubte Ware (ohne Cremeware) an den Groß-/Kleinhandel oder an Textilrecyclingfirmen verkaufen und u.a. dadurch ihre Tätigkeiten finanzieren. Die größten Sammelmengen entstehen im gewerblichen Sektor, gefolgt vom Karitativen und Kommunalen. Die Organisationen der drei Sektoren differenzieren sich im Bereich Re-Use von Alttextilien besonders im Hinblick auf ihre Organisationsziele, -formen, Qualifikationsniveau der Mitarbeiter:innen und Finanzierungsquellen (Krause et al. 2020). Darüber hinaus gibt es Unterschiede in der Sortierung, der Intensität der Marketingtätigkeiten und der Zielgruppen bzw. Kundensegmente. Karitative oder kommunale Organisationen unterscheiden sich von privaten Organisationen dadurch, dass sie in erster Linie nicht von kommerziellen Zielen und Überlegungen geleitet sind und nicht direkt oder indirekt auf Gewinne abzielen (Salamon und Anheier 1996). Viele Organisationen der Altwarenerfassung und des Gebrauchtwarenmarktes arbeiten bei der VzW in unterschiedlichem Maße zusammen, weshalb die sektoralen Grenzen aufweichen und verschwimmen. Ein gängiges Kooperationsmodell findet sich zwischen den kommunalen AWV und gemeinnützigen Organisationen. Hier steht der Aufbau eines Re-Use-Netzwerkes im Vordergrund, bei dem Alttextilien und Gebrauchtkleidung bei den ASZ oder in Secondhandshops der sozialwirtschaftlichen Partnerbetriebe gesammelt, aufbereitet und anschließend vermarktet werden. Gemeinnützige bzw. sozialwirtschaftliche Organisationen stellen im Vergleich zu den anderen Sektoren als einzige zeitlich befristete fachfremde Langzeiterwerbslose, so genannte Transitarbeitskräfte, ein. Ausnahme ist hier das Rote Kreuz Niederösterreich, das aufgrund des administrativen Aufwands die Re-Use-Arbeiten großteils mithilfe von ehrenamtlichen Mitarbeiter:innen durchführt. Während kommunale Organisationen nicht auf die Einnahmen aus den Re-Use-Tätigkeiten angewiesen sind, versuchen private und gemeinnützige Organisationen mit den Sammelmengen eine größtmögliche Wertschöpfung zu generieren, um interne Aktivitäten kostendeckend oder gewinnbringend finanzieren zu können. Organisationen des kommunalen und karitativen Sektors betreiben aktiv Marketingmaßnahmen und bewerben ihre Tätigkeiten sowohl online als auch offline, um möglichst viele Bürger:innen anzusprechen. Während Kommunen bzw. AWV Re-Use vermehrt aus ökologischen und rechtlichen Gründen initiieren, zielen karitative Organisationen in erster Linie darauf ab, bedürftigen Menschen durch günstige oder kostenlose Gebrauchtkleidung zu helfen. In Bezug auf die jährlichen Re-Use-Anteile ist es bei einigen Akteuren schwierig die exakten qualitativen Daten zu ermitteln, was einen ganzheitlichen Vergleich erschwert. Die Gründe dafür liegen einerseits in der fehlenden Aktualität der Sammel- und Verwertungsmengen, in der Intransparenz der detaillierten Exportwege der Textilien und föderalistischen Strukturen von gemeinnützigen Organisationen. Bis auf den Verein RepaNet, der seine Mitglieder zur Dokumentation auffordert und die Erhebungen veröffentlicht, gibt es keine detaillierten Einblicke in die Textilströme. Vor allem die Mengen, die durch Kleiderspenden, Flohmärkte oder Schenkungen wiederverwendet werden, fallen aufgrund einer fehlenden Dokumentationspflicht unter das Erfassungsradar.

Die Autorin Eigner (2016) stellt in ihrer Diplomarbeit die Altkleiderströme der drei Sektoren (privatwirtschaftlich, karitativ/sozialwirtschaftlich, kommunal) in Österreich bildlich dar (siehe Abbildung 40).

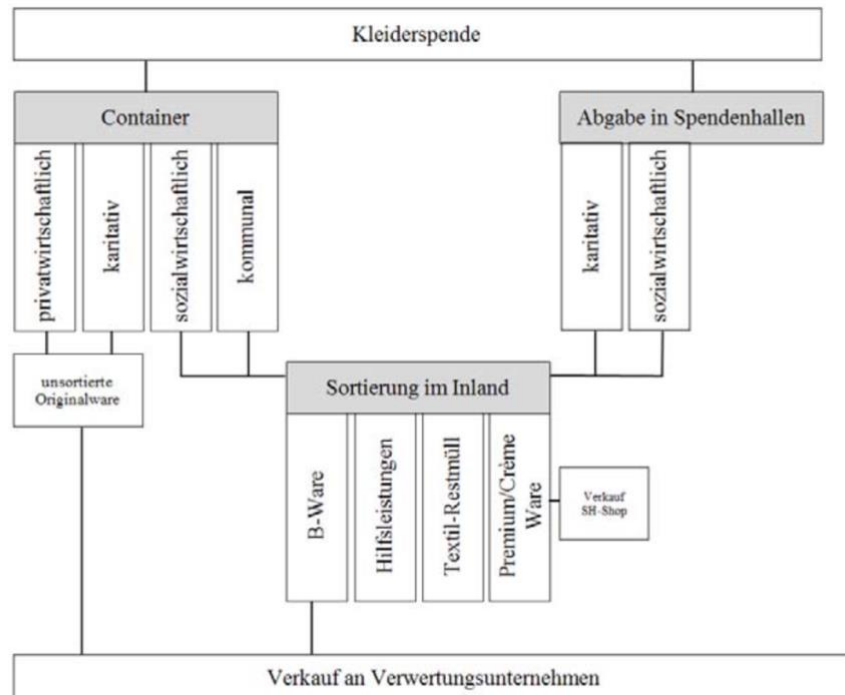


Abbildung 40: Wege der getrennt erfassten Altkleidung in Österreich (Eigner 2016, 109)

Hier zeigt sich auch, dass privatwirtschaftliche und karitative Organisationen, die via Container sammeln, die Originalware an Verwertungsbetriebe verkaufen (Eigner 2016). Im Gegensatz führen sozialökonomische und kommunale Betriebe, aber auch karitative Akteure mit Direktübernahmemöglichkeiten die Sortierung in Österreich durch (Eigner 2016). Die hochwertige Cremeware wird in eigenen Secondhandshops verkauft, wohingegen die unbrauchbare B-Ware (beraubte Ware) an Textilhändler weiterverkauft wird (Eigner 2016).

## 9.2 Best-Practice „de kringwinkel“ in Flandern, Belgien

Nach Schätzungen von RepaNet werden in den österreichischen Re-Use-Shops der Vereinsmitglieder jährlich rund 0,7 kg Gebrauchtwaren pro Einwohner:in verkauft (RepaNet 2021). Betrachtet man lediglich den Textilstrom kommt man auf Verkaufsmengen von 0,2 kg Gebrauchtt Textilien pro Einwohner:in und Jahr (RepaNet 2021). Im europäischen Vergleich gibt es im Bereich Re-Use einige Vorreiter, die es geschafft haben, die Wiederverwendung von Gebrauchtgegenständen stärker in das alltägliche Leben der lokalen Bevölkerung zu integrieren. Beispielsweise konnte „de kringwinkel“ in Belgien bereits im Jahr 2015 mehr als 5 kg Re-Use-Produkte pro Einwohner:in und Jahr verkaufen (Komosie 2016a zit. nach Meissner et al. 2021). De Kringwinkel ist eine belgische Dachmarke, die von autonomen flämischen Sozialunternehmen gegründet wurde, die im Bereich der Wiederverwendung tätig sind (Cools und Oosterlynck 2015; RREUSE 2021). Grundsätzlich werden von den Organisationen drei Ziele verfolgt (Cools und Oosterlynck 2015):

1. Abfallvermeidung und nachhaltige Nutzung von Materialien;
2. Arbeitsplätze und Bildungsangebote für Langzeiterwerbslose schaffen;
3. Kostengünstige Bereitstellung von Qualitätsmaterialien.

Das Netzwerk setzt sich aus dem flämischen Dachverband „Komosie“, den sozialwirtschaftlichen Re-Use-Betrieben und den „De Kringwinkel“-Shops zusammen (Von

Gries 2019). Die Grundidee der Kringwinkel-Zentren besteht darin, gespendete Waren im Bring- und Holsystem zu sammeln und falls erforderlich aufzubereiten, um sie als Secondhandprodukte in den 162 De-Kringwinkel-Shops mit Durchschnittsflächen von 600 m<sup>2</sup> zu verkaufen (Cools und Oosterlynck 2015; Rubens 2006 zit. nach zit. nach Meissner et al. 2021). Bei den Kringwinkel-Shops zahlen Bürger:innen einen reduzierten Mehrwertsteuersatz von 6 % auf Einkäufe (De Kringwinkel s.a.). Gesammelt werden 13,3 kg Material pro Einwohner:in unterschiedlichster Gebrauchtwaren wie Möbel, Kleidung, Bücher oder Elektrogeräte (RREUSE 2021). Insgesamt konnten im Jahr 2019 87.571 Tonnen an Gebrauchtprodukten gesammelt werden, von denen 36.732 Tonnen lokal wiederverwendet wurden (RREUSE 2021). Gesammelte Alttextilien werden von Mitarbeiter:innen in verschiedene Kategorien sortiert: Cremeware wird in den eigenen Shops verkauft (lokale Wiederverwendung), nicht brauchbare Textilien werden für den Export verkauft oder zu Decken oder Isolierung recycelt (De Kringwinkel s.a.). Die Kringwinkel-Shops verkaufen zusätzlich Gebrauchtware in den Online-Shops kringshop.be, uwkringding.be und dekringwinkelonline.be (De Kringwinkel s.a.). De Kringwinkel erzielte 2017 eine Wertschöpfung von € 1.590 pro Tonne Re-Use-Ware (Kabosch et al. 2018 zit. nach Meissner et al. 2021). Die Erlöse aus dem Verkauf von Gebrauchtwaren investiert De Kringwinkel in Mitarbeiter:innen, in die Verbesserung des Betriebs und in soziale Projekte (De Kringwinkel s.a.). Die restlichen Einnahmen fließen in die Kostenstellen Liegenschaften (Miete, Instandhaltung, Heizung), Wartung der Transportfahrzeuge, Back-Office-Prozesse (Buchhaltung, HR, IT) und Innovationsprojekte (De Kringwinkel s.a.). Alles, was nicht verkauft wird, wird upgecycelt, recycelt, thermisch verwertet oder landet im Restmüll (De Kringwinkel s.a.). Die Einnahmen stammen zu 52 % aus eigenen Mitteln (Verkaufserlöse) und zu 48 % aus Fördermaßnahmen – den Großteil der Förderungen erhält De Kringwinkel zur Beschäftigung und Beratung von Menschen aus benachteiligten Gruppen (De Kringwinkel s.a.). Innerhalb des Re-Use-Netzwerkes erhalten Menschen, die auf dem regulären Arbeitsmarkt keine beruflichen Chancen haben, geeignete Arbeitsplätze mit sozialem Mehrwert (RREUSE 2021). Neben Beschäftigung bietet De Kringwinkel Beratung, Ausbildung und ein soziales Netz (De Kringwinkel s.a.). Im Jahr 2019 beschäftigte De Kringwinkel 5.828 Menschen und schuf damit 66,5 Arbeitsplätze pro 1.000 Tonnen gesammelter Produkte (RREUSE 2021). Folglich sinken die Sozialausgaben und die Steuereinnahmen in der Region steigen (RREUSE 2021). Darüber hinaus hat sich die flämische Abfallbehörde OVAM gemeinsam mit Komosie, der Dachorganisation von De Kringwinkel zum Ziel gesetzt, bis 2022 7 kg Gebrauchtwaren pro Einwohner:in zu verkaufen (RREUSE 2021; European Environment Agency 2021). Aber was macht nun das Erfolgsgeheimnis von De Kringwinkel aus? In der Literatur und im Austausch mit den Expert:innen konnten die förderlichen Faktoren ermittelt werden, die in der Tabelle 16 zusammengefasst sind.

Tabelle 16: Erfolgsfaktoren des Re-Use-Netzwerkes „de kringwinkel“ (Eigene Darstellung nach Cools und Oosterlynck 2015; Vandeputte et al. 2015; Blondeel 2017; Von Gries 2019; Meissner et al. 2021; Wagendorp 2014 zit. nach Meissner und Maislinger 2021; Neitsch 2022; Meissner 2022; De Kringwinkel s.a.)

| <b>Faktor</b>                                                                              | <b>Beschreibung</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Zeitlicher Vorsprung                                                                       | Das Netzwerk entstand bereits in den frühen 1990er Jahren.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Mentalität, Egalität und Werthaltung der lokalen Bevölkerung: „Kultur des Understatements“ | Das Bewusstsein für Ressourcenschonung, der dort lebenden Menschen, ist groß aufgrund der nationalen Ressourcenarmut (Händlernation). Darüber hinaus definieren nordische Bürger:innen ihren sozialen Status nicht über Äußerlichkeiten und Besitztümer (Kleidung oder Accessoires). Ebenso achten nordische Gesellschaften auf egalitäre Solidaritätshaltungen, wovon gemeinnützige Organisationen profitieren. |
| Politische Rahmenbedingungen                                                               | Die Re-Use-Zentren wurden in die flämische Abfallwirtschaftspolitik/Umweltpolitik aufgenommen und in der kommunalen Abfallpolitik verankert. Die flämische Sozialwirtschaftspolitik stellt Subventionen für die Einstellung und Ausbildung von niedrig qualifizierten Arbeitnehmer:innen bereit.                                                                                                                 |

| <b>Faktor</b>                                                                 | <b>Beschreibung</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Starke Föderation, Partnerschaften und Re-Use-Zentren                         | Es existieren starke Partnerschaften mit lokalen Akteuren und Behörden von Anfang an. Der Verband der flämischen Re-Use-Zentren (KVK) vereinte fast alle Re-Use-Zentren und war die treibende Kraft bei der Entwicklung der Re-Use-Politik in Flandern.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Förderungen                                                                   | OVAM subventionierte die Aktivitäten des KVK jährlich mit einem Zuschuss von € 25.000 für mindestens 5 Jahre.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Kontinuität und Professionalität der Re-Use-Zentren durch Qualitäts-sicherung | Bei der Verbesserung der Effizienz bzgl. Sammlung, Behandlung und Verkauf wird besonders auf die Ausbildung, Management, finanzielle Unterstützung und Öffentlichkeitsarbeit geachtet. Im Rahmen eines Kontrollprogramms mit 67 Kriterien finden interne Audits zur Bewertung des Services der Shops durch externe Testkäufe statt. Außerdem berät die Dachorganisation die Netzwerkmitglieder hinsichtlich Ladengestaltung, Marketing, Aufbereitungsverfahren und Berichterstattung. Die Bepreisung der Gebrauchtwaren erfolgt in speziellen Stationen, wo Nachschlageblätter mit aktuellen Preisniveaus abgebildet sind. |
| Ökologischer und sozialer Mehrwert in den Regionen                            | Die Verbindung zwischen Re-Use und sozialer Beschäftigung wurde schnell hergestellt, um Beschäftigungsmöglichkeiten für Niedrigqualifizierte und Langzeitarbeitslose zu schaffen sowie günstige Waren für Menschen aus gefährdeten Bevölkerungsgruppen bereitzustellen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Qualitätsmarke & überlokale einheitliche Standards                            | Um Imageprobleme wie Hygienebedenken und Stigmatisierung zu bekämpfen, wurden einheitliche Konzepte und Strategien entwickelt sowie der Markenname "The Re-use Shop/De Kringwinkel" eingeführt.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Marketing & Kommunikation                                                     | Jährliche Kommunikationskampagnen und Slogans wie z.B. „Re-use means Winning“ werden in Zusammenarbeit mit Agenturen entwickelt.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Innovation                                                                    | Urban Mining, Leihdienste, Outlets, Aktionstage „Retro Days“                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

### 9.3 Substitutionsfaktor und Rebound-Effekt: Ersetzt Re-Use einen Neukauf?

Der Substitutionsfaktor ist bei der Bestimmung der Auswirkungen und des Nutzens von Wiederverwendungsaktivitäten der empfindlichste Faktor und gibt an wie viel eines Materials/Produkts durch eine bestimmte Menge wiederverwendeter/recycelter Textilien ersetzt werden kann (Schmidt et al. 2016). In der Theorie wird durch die Wiederverwendung von Produkten der Bedarf an neuen Produkten verringert, wobei es schwierig ist abzuschätzen, inwieweit die Wiederverwendung tatsächlich den Neuverbrauch ersetzt oder es den Verbraucher:innen vielmehr ermöglicht, zusätzliche Produkte zu kaufen, die sie nicht zum vollen Preis gekauft hätten (Gillabel et al. 2021). Wenn die Wiederverwendung eines Kleidungsstücks den Kauf eines ähnlichen neuen Kleidungsstücks nicht ausgleicht, verringern sich die ökologischen Vorteile (Schmidt et al. 2016). Demnach ist das Re-Use eines Gegenstands keine Garantie für Umweltvorteile (Cooper und Gutowski 2017). Die Abhängigkeit zwischen dem Substitutionsfaktor und dem Umweltnutzen der Wiederverwendung ist fast linear, das bedeutet je höher die Substitutionsrate, desto höher der Nutzen (Schmidt et al. 2016). Eine signifikante Verringerung der Umweltauswirkungen bedingt die Verdrängung von Neukäufen durch Verkäufe wiederverwendeter Produkte und längere Nutzungsspannen (Cooper und Gutowski 2017). Der Substitutionsfaktor ist am höchsten, wenn der Preis eines gebrauchten Produkts relativ teuer ist und der Kauf das Ergebnis einer konkreten Suche bzw. Bedarfs von ökologisch motivierten Käufer:innen darstellt (Schmidt et al. 2016). Im Gegensatz fällt die Substitution niedrig aus, wenn es sich um spontane Impulskäufe handelt und der Preis als unbedeutend empfunden wird (Schmidt et al. 2016). Da die Preissensibilität von soziodemographischen Merkmalen und der subjektiven Wahrnehmung abhängt, variiert der Substitutionsfaktor von Kundin zu Kunde, aber auch zwischen Staaten (Schmidt et al. 2016). Laut Thomas (2003) besteht die perfekte Substitution, bei der Wiederverwendung von wertvollen Gegenständen mit einem stabilen

langfristigen Wert, die ansonsten ungenutzt gelagert oder weggeworfen werden. Bereits ein Substitutionsfaktor von weniger als 30 % führt zu Vorteilen im Vergleich zum Recycling oder zur Verbrennung (Schmidt et al. 2016). Der Kauf von gebrauchten Produkten kann zudem zu Rebound-Effekten führen (Schmidt et al. 2016). Rebound-Effekte entstehen, wenn ökologische Effizienzverbesserungen wie die Bereitstellung einer billigeren Ware entweder zu einem direkten Rebound-Effekt (erhöhte Nachfrage nach der Ware) oder zu einem indirekten Rebound-Effekt führen, bei dem das eingesparte Geld an anderer Stelle ausgegeben wird, was das Wirtschaftswachstum und die Ressourcennutzung anregt (Saunders 1992; Hertwich 2005; Cooper und Gutowski 2017). Somit könnte das Geld, das durch den Kauf von gebrauchten statt neuen Kleidungsstücken von Konsument:innen eingespart wird, indirekt für andere Zwecke mit höheren oder geringeren Umweltauswirkungen verwendet werden (Schmidt et al. 2016). Untersuchungen haben ergeben, dass Verbraucher:innen Wiederverkaufsplattformen nutzen, um Kleidung zu niedrigen Preisen kaufen zu können, wobei sie nach "neuwertigen" Artikeln suchen und davon überzeugt sind dadurch negative Umweltauswirkungen zu vermeiden (Armstrong und Park 2020; Gray et al. 2022). Auf der Grundlage von Kundenbefragungen wird geschätzt, dass im Durchschnitt etwa 60 % der wiederverwendeten Kleidungsstücke Neukäufe ersetzen und somit zu einem geringeren Verbrauch beitragen (Farfetch 2020; Farrant et al. 2010 zit. nach Gillabel et al. 2021). Im Gegensatz dazu kamen die Autorinnen Wiprächtiger et al. (2022), die in ihrer Untersuchung einen systemischen Ansatz für die Umweltverträglichkeitsprüfung von Abfallvermeidungsaktivitäten entwickelt haben, zu dem Ergebnis, dass die lokale Wiederverwendung von Kleidung, anstatt sie in Länder mit niedrigem Einkommen zu exportieren, zu keinen oder sogar negativen Einsparungen führte. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass in Ländern mit hohem Einkommen gebrauchte Kleidung oft zusätzlich zu neuer Kleidung konsumiert wird (Wiprächtiger et al. 2022). Andere Forscher:innen argumentieren weiters, dass Re-Use-Aktivitäten die Neuproduktion anregen kann, indem sie den Verkäufer:innen von gebrauchten Waren die wirtschaftliche Möglichkeiten und Mittel geben, Produkte vorzeitig zu ersetzen (Scitovsky 1994; Fox 1957; Thomas 2003; Cooper und Gutowski 2017). Laut Cooper und Gutowski (2017) scheint es unwahrscheinlich, dass eine Zunahme der Wiederverwendung von Produkten ohne regulatorischen Druck zu einem gleichmäßigen Rückgang des Verkaufs neuer Produkte führen wird. Demnach sollten politische Entscheidungsträger zur Förderung von Re-Use sicherstellen, dass einerseits die bestehenden Rechtsvorschriften keine negativen Anreize für die Wiederverwendung darstellen und andererseits, dass bei ihren Kauf- und Bauentscheidungen Re-Use vorgeschrieben wird (Cooper und Gutowski 2017). Nennenswert ist zudem die CO<sub>2</sub>-Steuer zur Vermeidung oder Minderung indirekter Rebound-Effekte, die bei ausreichender Höhe eine abschreckende Wirkung auf den Konsum von umweltbelastenden Produkten haben kann (González 2010; Andreyeva et al. 2011; Wiprächtiger et al. 2022).

## 9.4 Circular Economy oder Circular Society?

Die Forschungsarbeit von Keßler et al. (2021) untersuchte den Beitrag von Wiederverwendungs- und Recyclingmaßnahmen im Rahmen der Kreislaufwirtschaft zur Verringerung der Materialströme und zur allgemeinen Nachhaltigkeit im Textilsektor. Die Ergebnisse der Autor:innen zeigen, dass kreislaforientierte Maßnahmen wie das Recycling und die Wiederverwendung zur Reduzierung von Materialströmen nur in begrenztem Maße geeignet sind (Keßler et al. 2021). Dies ist darauf zurückzuführen, dass ein Übergang zu einem nachhaltigeren Textilsektor innerhalb der traditionellen Marktdynamik und des Wachstumsdenkens nicht möglich ist (Keßler et al. 2021). Die Autor:innen bieten vier Empfehlungen, um die Kreislaufwirtschaft in eine nachhaltigere Richtung zu lenken (Keßler et al. 2021):

1. Wiedereinführung von Abfallhierarchien mit einer klaren Priorisierung der Gesamtreduzierung aller Abfallquellen und -formen;



2. Reduzierung der Komplexität von Materialien und Produkten;
3. Neuformulierung des Kreislaufwirtschaftsnarrativs für den Textilsektor;
4. Anwendung einer Systemperspektive auf die Kreislaufwirtschaft.

Eine neue Systemperspektive schlagen die Autor:innen Boch et al. (2020) in ihrem Positionspapier vor, in dem sie argumentieren, dass die Circular Economy „eine vielversprechende, aber unzureichende Nachhaltigkeitsstrategie“ verkörpert (Boch et al. 2020, 9). Die aktuelle Strategie vernachlässigt aufgrund des wirtschaftlichen und technischen Schwerpunktes die gesellschaftlichen, sozialen und kulturellen Komponenten (Boch et al. 2020). Aufgrund dessen bedarf es der Transformation zu einer „Circular Society“ mit neuen Leitlinien, Handlungsweisen, Fähigkeiten, Organisations-, Wissens- und Arbeitsformen (Circular Literacy) in der Gesellschaft (Boch et al. 2020). Der Übergang benötigt lokale und interdisziplinäre Infrastrukturen und „Räume kooperativer Kultur, in denen Akteure aus unterschiedlichen Bereichen unter geschützten und begünstigten Bedingungen gemeinsam innovative Lösungen erarbeiten und auch erproben können“ (Boch et al. 2020, 33). Exemplarisch hierfür steht die Idee der Neugestaltung von Wertstoffhöfen zu „Mehrwerthöfen“ in Deutschland, wo ein „regenerativer Umgang mit Ressourcen“ an der Tagesordnung steht – Wertstoffhöfe sind vergleichbar mit Recyclinghöfen, Altstoffsammelzentren oder Mistplätzen in Österreich (Boch et al. 2020, 39; Neitsch 2022). Auf einem Mehrwerthof sollen mit aktiver Beteiligung der lokalen Bevölkerung aktuelle Entsorgungsmuster von zirkulären Initiativen abgelöst werden (Boch et al. 2020).

## 9.5 Blick in die Zukunft der Alttextilsammlung

Der Experte Neitsch (2022) spricht sich trotz der Kritik von karitativen Organisationen für eine weiterführende Abfalldeklaration von Alttextilien bzw. Textilabfällen aus. Seines Erachtens nach, überwiegen folgende Vorteile: regulierte Aufrechterhaltung der Qualität, Sammlung durch seriöse und befugte Organisationen und Unterbindung von Missbrauch durch irreführende Informationen unseriöser Akteure (Neitsch 2022). Er schlägt jedoch vor, in der Kommunikation mit den Bürger:innen den Begriff „Abfall“ durch „Spende“ zu ersetzen, da die Spendenmotivation bei der Textilsammlung den überwiegenden Beweggrund darstellt und erhalten bleiben soll (Neitsch 2022). Durch die künftige Verpflichtung der EU, Alttextilien inkl. Haus- und Heimtextilien getrennt zu sammeln, sehen die Experten Kraxner und Neitsch Probleme und Zielkonflikte entstehen (Neitsch 2022). Aktuell werden in Österreich bei einem Gesamtaufkommen von 221.800 Tonnen Textilabfällen, rund 44.000 Tonnen Alttextilien getrennt erfasst (Bernhardt et al. 2022). Der Rest, der im gemischten Siedlungsabfall, Gewerbe- und Sperrmüll landet, soll zukünftig ebenso stofflich verwertet werden, damit eine Verwertungsquote von 65 % erreicht wird (Bernhardt et al. 2022; Neitsch 2022; Kraxner 2022). Aufgrund dessen herrschen in Österreich Diskussionen, ob Altkleidung in Zukunft gemeinsam mit anderen Textilabfällen gesammelt werden sollen oder nicht (Kraxner 2022). Von Seiten der Abfallwirtschaftsunternehmen besteht bei der gemischten Textilsammlung die Befürchtung eines enormen Mehraufwands, denn um die gesetzte Verwertungsquote erreichen zu können, wären Sammelquoten von 80 bis 90 % aufgrund des Anteils an unbrauchbaren Waren, der mitgesammelt wird, notwendig (Kraxner 2022). Der Wunsch liegt bei einer geteilten Textilsammlung, da einmal vermischte Alttextilien unter Verlusten wieder getrennt werden müssten (Kraxner 2022). Der Experte Neitsch (2022) sieht eine Alttextilsammlung, bei der Spendensammlungen höherer Qualität mit recyclingfähigen Alttextilien gemischt gesammelt werden ebenso problematisch. Einerseits würde bei einer gemischten Textilsammlung die Sammelqualität durch verunreinigte Waren zurückgehen, die Kosten für eine anschließende Sortierung steigen und der Anteil an re-use-fähige Waren sinken (Neitsch 2022). Andererseits würde die Motivation der Bevölkerung hochwertige Textilien zu spenden sinken, da der Großteil der Sammelmengen stofflich verwertet werden würde (Neitsch 2022). Eine verstärkte Alttextilsammlung führt demnach nicht unbedingt zu

einer entsprechenden Steigerung von Re-Use-Anteilen, da hochwertige Textilien bereits jetzt der Wiederverwendung zugeführt werden, während minderwertige Textilien weggeworfen werden (European Environment Agency 2021). Daher würde eine höhere Sammelquote zwar mehr Textilien für das Recycling verfügbar machen, aber weniger für die Wiederverwendung (European Environment Agency 2021). Um die Sammelqualität aufrechtzuerhalten, müssten sammelnde Organisationen weiterhin qualitativ hochwertige Textilwaren erhalten, was durch flächendeckende Sammelnetze sowie einfache und unkomplizierte Abgabemöglichkeiten für die Bevölkerung erreicht werden kann (Schlögl 2022). Der Bundesverband Sekundärrohstoffe und Entsorgung e.V. (bvse) (2020) stellt in Deutschland trotz der sinkenden Qualität von Primärtextilien einen Anstieg der Wiederverwendungsquote von Alttextilien um 8 % fest, der auf die Branchenexpertise mit hoher Spezialisierung zurückzuführen ist. Denn um aus den Sammelwaren eine größtmögliche Wertschöpfung zu generieren, muss durch erhöhten händischen Sortieraufwand hohe Anteile der Wiederverwendung zugeführt werden (bvse 2020). Der Verein RepaNet leitet aus den oben genannten Problematiken den Ansatz einer geteilten, zweigleisigen Sammlung als Lösung ab (Schanda 2020; Neitsch 2022). Die Idee wäre neben einer spendenmotivierten Re-Use-Sammlung mit sozialem Mehrwert eine extra Recyclingsammlung für minderwertige Textilien einzuführen (Schanda 2020; Neitsch 2022). Dabei soll unter kommunaler Hoheit die Sammlung von re-use-fähigen Waren und die Sortierung nach einheitlichen und transparenten Kriterien gemeinsam mit sozialwirtschaftlichen Betrieben erfolgen (Neitsch 2022). In Kooperation mit der Sozialwirtschaft können regionale Beschäftigungsmöglichkeiten geschaffen werden (Meissner 2022). Finanziert werden soll die Re-Use-Sammlung aus den Verkaufserlösen der Gebrauchtwaren (Neitsch 2022). Auf der anderen Seite soll die Recyclingsammlung von der Abfallwirtschaft durchgeführt werden (Neitsch 2022). Da das Recycling von Textilien momentan noch unwirtschaftlich verläuft, könnten die Kosten in gemischter Hoheit im Rahmen eines Herstellersammelsystems übernommen werden (Neitsch 2022). Die erweiterte Herstellerverantwortung soll also erst ab dem Punkt des Recyclings greifen, damit die Recyclingprozesse finanziert werden und die Hersteller den weiteren Verlauf der verwerteten Materialien bestimmen können (Neitsch 2022). Der Experte Meissner (2022) schlägt vor, hier gemeinsam mit der österreichischen Textilindustrie an inländischen Verwertungsmöglichkeiten zu forschen, um den Export ins Ausland zu reduzieren. Wichtig ist, dass die beiden Sammelsysteme kooperieren und sich geregelt austauschen, da vermutlich in der Recyclingsammlung re-use-fähige Waren und in der Re-Use-Sammlung aussortierte, recyclingfähige Textilprodukte zu finden sein werden (Neitsch 2022). Bei der Ausgestaltung der Sammelsysteme sieht der Experte Neitsch (2022) große Herausforderungen, aber auch Möglichkeiten, z.B. zwei Containersysteme, Sacksysteme, Sack-im-Containersystem, Spendensack mit intakten Textilien und unbrauchbare Textilabfälle offen im selben Recycling-Textilcontainer oder eine Re-Use-Sammlung im reinen Bring- oder Holsystem mit persönlicher Übergabe. Auch die dänische Untersuchung von Watson et al. (2020) identifiziert grob zwei Modelle für die zukünftige Organisation der Textilsammlung. Erstens ein duales Modell, bei dem die Sammlung aufgeteilt wird in (1) die Sammlung von Alttextilien zur Wiederverwendung durch Wohlfahrtsorganisationen bzw. gewerbliche Sammler und (2) die Sammlung von restlichen Textilabfällen durch (kommunale) Abfallunternehmen (Watson et al. 2020). Probleme der geteilten Sammlung sind die mangelnde Fähigkeit der Bürger:innen die Re-Use-Fähigkeit zu bewerten und möglicherweise die fehlende Bereitschaft selbstständig eine Sortierung vorzunehmen, was dazu führen kann, dass falsch sortiert und/oder alles an einer Sammelstelle entsorgt wird (Watson et al. 2020). Als zweites eine kombinierte Sammlung ähnlich dem französischen Modell, bei dem alle sammelnden Organisationen sowohl re-use-fähige als auch nicht re-use-fähige Textilien sammeln und diese an zentrale Stellen weiterleiten (Watson et al. 2020). Darunter könnte die Wirtschaftlichkeit der Sammler leiden, wenn sie verpflichtend sind auch nicht re-use-fähige Alttextilien zu sammeln (Watson et al. 2020). Außerdem müssten sich karitative Organisationen als Abfallsammler registrieren (Watson et al. 2020).

## 10. Schlussfolgerung

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass den aktuellen linearen Wirtschaftspraktiken und den damit verbundenen negativen Auswirkungen der Textilindustrie ein Riegel vorgeschoben werden muss. Durch die heutige konsumgetriebene Wegwerfgesellschaft entstehen weltweit immer mehr quantitative Abfallmengen, die zum Großteil thermisch verwertet oder deponiert werden. Die EU hat die Relevanz eines Wandels erkannt und setzt deshalb auf die Kreislaufwirtschaft und CO<sub>2</sub>-Neutralität, um den Textilsektor nachhaltig zu verändern. Eine Möglichkeit stellt die Wiederverwendung von Textilprodukten dar, mit der sich in Österreich eine Vielzahl an Kommunen, Abfallunternehmen und gemeinnützigen Organisationen beschäftigen und mittlerweile flächendeckende Sammelsysteme via Container oder Direktübernahmen aufgebaut haben. Nichtsdestotrotz leidet die nationale Wertschöpfungsrate durch die hohen Exportmengen, weshalb die Wiederverwendung (Re-Use) in Österreich sowohl wirtschaftlich als auch politisch und gesellschaftlich gestärkt werden muss. Das Ziel dieser Abhandlung ist es, die Funktionsweisen, Aufgaben, Chancen und Grenzen von österreichischen Organisationen, welche sich mit dem Re-Use von Alttextilien und/oder Gebraucht Kleidung beschäftigen, praxisnah zu beschreiben und darzustellen. Außerdem sollen Faktoren bzw. Strukturen für Organisationen identifiziert werden, die zum Ausbau, zur Verbesserung und zum Erfolg von Re-Use-Tätigkeiten beitragen. Die Funktionsweisen und Merkmale der ausgewählten Organisationen konnten beschrieben und grafisch abgebildet werden. Unterschiede zwischen den drei Sektoren gibt es u.a. in den Organisationsformen, -zielen, Beschäftigungsarten und Vermarktungsformen der Sammelwaren. Die Aufgaben dieser Organisationen bestehen je nach Sektor in der Beschaffung bzw. Sammlung re-use-fähiger Alttextilien/Gebraucht Kleidung, der Logistik/Transport, der Sortierung/VzW, dem Verkauf sowie der Öffentlichkeitsarbeit. Re-Use-Organisationen bewirken positive ökologische, soziale und ökonomische Effekte, indem sie bereits vorhandene Ressourcen zur Wiederverwendung aufbereiten, zur Einsparung von Ressourcen, Abfallmengen und Emissionen beitragen, Arbeitsplätze schaffen, notleidenden Menschen Unterstützung bieten, Gebrauchttextilien mit Qualität zu erschwinglichen Preisen anbieten und die Sozialkosten des Staates durch reduzierte Arbeitslosigkeitsraten senken. Folgende Barrieren konnten für die Organisationen identifiziert werden: Politische Rahmenbedingungen und Zuständigkeiten, gesellschaftlicher Mangel an Akzeptanz, Nachfrage und Bewusstsein, sinkende Qualität von Primärtextilien, Aufrechterhaltung der Re-Use-Fähigkeit, mangelnde Kostendeckung und Wirtschaftlichkeit, globale Secondhandmärkte/Export und strukturelle Begebenheiten am Land vs. in der Stadt. Darüber hinaus wurden Faktoren identifiziert, die zum Erfolg von Re-Use-Organisationen führen können, wie zum Beispiel einfache und bequeme Abgabemöglichkeiten, Vernetzung bzw. Netzbildung, ansprechende Gestaltung der Verkaufsräume, Qualitätsstandards, vielfältiges Sortiment, Steuererleichterungen, Aktionswochen, Veranstaltungen und Online-Plattformen. Die Förderung von Re-Use-Tätigkeiten in Österreich kann durch ein Maßnahmenbündel unter Berücksichtigung der lokalen wirtschaftlichen, sozialen und rechtlichen Begebenheiten erreicht werden. Mögliche Ansätze stellen die erweiterte Herstellerverantwortung ab dem Schritt des Recyclings, reduzierte Mehrwertsteuern beim Kauf von Gebrauchsgütern, die Externalisierung der Kosten für Primärprodukte, die Einführung von Mehrwerthöfen, ein Reparaturbonus für Textilprodukte und ein Re-Use-Bonus, ähnlich dem Reparaturbonus für Elektrogeräte, im Ausmaß von 130 Millionen Euro auf 5 Jahre, dar. Pro Tonne Alttextilien werden laut einem kommunalen Akteur € 800 bis € 1.000 benötigt, um den Anteil an wiederverwendeten Alttextilien zu erhöhen und Re-Use in Österreich zu stärken. Mit Blick auf die zukünftig verpflichtende Getrenntsammlung von Alttextilien, appelliert die Praxis auf duale Sammelsysteme, bei denen re-use-fähige Textilien und Textilien für die stoffliche Verwertung geteilt erfasst werden. Die genannten Vorteile der Wiederverwendung schmälern sich, wenn der Kauf von Gebrauchsgütern einen Neukauf nicht substituieren kann und die Geldersparnis dazu beiträgt, dass mehr konsumiert wird (Rebound-Effekte).

# Literaturverzeichnis

- Abfallrahmenrichtlinie (ARRL), 2008. RICHTLINIE 2008/98/EG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES vom 19. November 2008 über Abfälle und zur Aufhebung bestimmter Richtlinien, Fassung vom 9. November 2008.
- Abfallwirtschaftsverbände Kärnten, 2020. Abfallwirtschaft in Kärnten. Verfügbar in: <http://www.abfallwirtschaftsverband.at> (Zugriff am 14.10.2022)
- Alisch, M. und Herrmann, H., 2001. Soziale Nachhaltigkeit: Lernprozesse für eine nachhaltige Zukunft. In: Alisch, M. (Hrsg.): Sozial-Gesund-Nachhaltig Vom Leitbild zu verträglichen Entscheidungen in der Stadt des 21. Jahrhunderts. Opladen: Leske + Budrich, S. 95-116.
- Andreyeva, T., Chaloupka, F. J., Brownell, K. D., 2011. Estimating the potential of taxes on sugar-sweetened beverages to reduce consumption and generate revenue. *Preventive Medicine*, 52(6), S. 413–416. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2011.03.013>
- Angelini, A., Benda-Kahri, S., Frischenschlager, H., Heinfellner, H., Hohenblum, P., Karigl, B., Ulrich Kral, Margelik, E., Oliva, J., Moser, G., Neubauer, C., Stoifl, B., Tesar, M., Vollmann, A. R., 2021. Ergebnisdokumentation Themen-Workshops - Erarbeitung der österreichischen Kreislaufwirtschaftsstrategie. Wien: Umweltbundesamt.
- Arbeit Plus, s.a. a. Secondhand-Waren. Verfügbar in: <https://tirol.arbeitplus.at/angebote/secondhand-waren/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Arbeit Plus, s.a. b. Re-Use-Netzwerk. Verfügbar in: <https://tirol.arbeitplus.at/reuse-netzwerk-tirol/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Armour, R., 2015. Once worn thrice shy - women's wardrobe habits exposed. Verfügbar in: <https://thirdforcenews.org.uk/tfn-news/once-worn-thrice-shy-womens-wardrobe-habits-exposed> (Zugriff am 14.10.2022)
- Armstrong, C.M.J. und Park, H., 2020. Online Clothing Resale: A Practice Theory Approach to Evaluate Sustainable Consumption Gains. *Journal of Sustainability Research*, 2, S. 1–24.
- AV Schwechat, s.a. Altkleidersammlung. Verfügbar in: [https://schwechat.umweltverbaende.at/?portal=verband&vb=sch&dok\\_id=31866&tpl=1&kat=101](https://schwechat.umweltverbaende.at/?portal=verband&vb=sch&dok_id=31866&tpl=1&kat=101) (Zugriff am 14.10.2022)
- AWG, 2002. Bundesgesetz über eine nachhaltige Abfallwirtschaft (Abfallwirtschaftsgesetz 2002 – AWG 2002), StF: BGBl. I Nr. 102/2002, Fassung vom 27.09.2017.
- BAO, 1961. Bundesabgabenordnung. StF: BGBl. Nr. 194/1961.
- Bartmann, M., 2022. Abfallwirtschafts- und Ressourcenschonungsbeauftragter des Amts der NÖ Landesregierung. Mündliche Mitteilung vom 05.07.2022, Zoom.
- BAWP, 2022. Bundes-Abfallwirtschaftsplan 2022. Teil 1; Entwurfsfassung zur Konsultation. Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, Radetzkystraße 2, 1030 Wien.
- BAWP, 2021. Die Bestandsaufnahme der Abfallwirtschaft in Österreich - Statusbericht 2021. Statusbericht 2021 (Referenzjahr 2019). Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, Radetzkystraße 2, 1030 Wien.
- BAWP, 2017. Bundes-Abfallwirtschaftsplan 2017. Teil 1. Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus, Stubenring 1, 1010 Wien.
- Bernhardt, A., Brandstätter, C., Karigl, B., Neubauer, C., Stoifl, B., Van Eygen, E., 2022. Aufkommen und Behandlung von Textilabfällen in Österreich. Wien: Umweltbundesamt. Verfügbar in: <https://www.umweltbundesamt.at/fileadmin/site/publikationen/rep0788.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Bettenreiter, 2022. Textilsammlung und Wiederverwertung. Verfügbar in: <https://www.bettenreiter.at/nachhaltigkeit/textilsammlung/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Bianchi, C., und Birtwistle, G., 2010. Sell, give away, or donate: An exploratory study of fashion clothing disposal behaviour in two countries. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 20(3), S. 353–368. <https://doi.org/10.1080/09593969.2010.491213>

- Bjurbäck, A., 2015. Environmental benefits of second hand-shopping - environmental impacts of clothes and the benefits of the Emmaus Björkä second-hand business. Masterarbeit, Fakultät für Biologie und Umweltwissenschaften, Universität Göteborg. Verfügbar in: [https://studentportalen.gu.se/digitalAssets/1534/1534823\\_anna-bjurb-ck.pdf](https://studentportalen.gu.se/digitalAssets/1534/1534823_anna-bjurb-ck.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Blondeel, J., 2017. De Kringwinkel. Projekt QuAKo – Qualitäts-, Akkreditierungs- und Kooperationskriterien. Arbeitskreis Recycling e.V. Herford.
- BMF, 2022. Infos für Einrichtungen im Bereich mildtätige Zwecke, Entwicklungs- oder Katastrophenhilfe, Umwelt-, Natur- oder Artenschutz, Betrieb von Tierheimen. Bundesministeriums für Finanzen. Verfügbar in: <https://www.bmf.gv.at/themen/steuern/spenden/informationen-fuer-spendenorganisationen/spenden-info-mildtaetig-entwicklung.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- BMF, 2016. Vereine und Steuern. Ein Service für Vereine und ihre Mitglieder. Bundesministeriums für Finanzen. Verfügbar in: [https://www.bmf.gv.at/dam/jcr:7ae63987-d2fd-4c05-a5b3-b55777821f17/BMF-BR-ST\\_Vereine\\_und\\_Steuern\\_201608\\_12.pdf](https://www.bmf.gv.at/dam/jcr:7ae63987-d2fd-4c05-a5b3-b55777821f17/BMF-BR-ST_Vereine_und_Steuern_201608_12.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- BMK, 2022. Allgemeines zur Abfallwirtschaft. Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie. Verfügbar in: [https://www.oesterreich.gv.at/themen/bauen\\_wohnen\\_und\\_umwelt/abfall/1/Seite.3790060.html](https://www.oesterreich.gv.at/themen/bauen_wohnen_und_umwelt/abfall/1/Seite.3790060.html) (Zugriff am 14.10.2022)
- BMK, 2021a. Altkleider. Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie. Verfügbar in: [https://www.oesterreich.gv.at/themen/bauen\\_wohnen\\_und\\_umwelt/abfall/Altkleider.html](https://www.oesterreich.gv.at/themen/bauen_wohnen_und_umwelt/abfall/Altkleider.html) (Zugriff am 14.10.2022)
- BMK, 2021b. Die österreichische Kreislaufwirtschaft. Österreich auf dem Weg zu einer nachhaltigen und zirkulären Gesellschaft. Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, Radetzkystraße 2, 1030 Wien. Verfügbar in: [https://www.bmk.gv.at/dam/jcr:cbb66aa-d0eb-4dbb-ae50-cab89e251cd5/Kreislaufwirtschaftsstrategie\\_Begutachtungsentwurf.pdf](https://www.bmk.gv.at/dam/jcr:cbb66aa-d0eb-4dbb-ae50-cab89e251cd5/Kreislaufwirtschaftsstrategie_Begutachtungsentwurf.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- BMV, 2020. Umwelterklärung 2020 (V1). Burgenländischer Müllverband, 7350 Oberpullendorf, Rottwiese 65.
- BMV, 2016. Das Re-Use-Netzwerk Burgenland. Presseinformation, Oberpullendorf. Verfügbar in: <https://www.reuse-burgenland.at/fileadmin/downloads-reuse/RE-USE.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- BMV, s.a. a. Der Burgenländische Müllverband (BMV). Verfügbar in: <https://www.bmv.at/verband/ueber-den-bmv.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- BMV, s.a. b. Abfallwirtschaft im Burgenland. S.I. Verfügbar in: <https://www.bmv.at/verband/abfallwirtschaft.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- BMV, s.a. c. Re-Use-Netzwerk Burgenland. S.I. Verfügbar in: <https://www.reuse-burgenland.at/home.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- BMV, s.a. d. Die Re-Use-Box ist da! S.I. Verfügbar in: [https://www.reuse-burgenland.at/fileadmin/downloads-reuse/Folder\\_Re-Use-Box\\_01.pdf](https://www.reuse-burgenland.at/fileadmin/downloads-reuse/Folder_Re-Use-Box_01.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Boch, R., Gallen, J., Hempel, N., 2020. Wege zu einer Circular Society. Potenziale des Social Design für gesellschaftliche Transformation. Social design lab. München: Hans Sauer Stiftung. Verfügbar in: [https://socialdesign.de/wp-content/uploads/2020/04/200420\\_HSS\\_Paper\\_CircularSociety\\_online.pdf](https://socialdesign.de/wp-content/uploads/2020/04/200420_HSS_Paper_CircularSociety_online.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Borner, s.a. Home. Verfügbar in: <http://putzlappenborner.at/main.php> (Zugriff am 14.10.2022)
- Bühler, P., Schlaich, P., Sinner, D., 2019. Medienmarketing. Branding – Werbung – Corporate Identity. Berlin: Springer-Verlag GmbH Deutschland. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-55395-4\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-662-55395-4_1) (Zugriff am 14.10.2022)
- B-VG, 2022. Bundes-Verfassungsgesetz (B-VG), StF: BGBl. Nr. 1/1930 (WV) idF BGBl. I Nr. 194/1999 (DFB), Fassung vom 11.10.2022.

- Burgenland, 2022. Fläche, Bevölkerung und Bevölkerungsdichte nach politischen Bezirken im Jahr 2022. Verfügbar in: [https://www.burgenland.at/fileadmin/user\\_upload/Statistik/Homepage\\_Das\\_Burgenland/Flaeche\\_Bevoelkerung.pdf](https://www.burgenland.at/fileadmin/user_upload/Statistik/Homepage_Das_Burgenland/Flaeche_Bevoelkerung.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- bvse, 2020. Bedarf, Konsum, Wiederverwendung und Verwertung von Bekleidung und Textilien in Deutschland. Bundesverband Sekundärrohstoffe und Entsorgung e.V. Fränkische Straße 2, 53229 Bonn.
- Caritas Burgenland, s.a. Altkleidersammlung im Burgenland. Verfügbar in: <https://www.rotekreuz.at/burgenland/altkleidersammlung> (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas Diözese St. Pölten, 2016. Infoblatt zur Kleiderausgabe. Verfügbar in: [https://www.caritas-stpoelten.at/fileadmin/storage/stpoelten/ELDI/carlas/Krems/Infoblatt\\_Kleiderausgabe\\_2016.pdf](https://www.caritas-stpoelten.at/fileadmin/storage/stpoelten/ELDI/carlas/Krems/Infoblatt_Kleiderausgabe_2016.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas Österreich, 2021. Wirkungsbericht 2020. Wien. Verfügbar in: [https://www.caritas.at/fileadmin/bilder/user\\_upload/110444\\_Jahresbericht\\_2020\\_DE\\_Screen\\_barrierefrei\\_bf.pdf](https://www.caritas.at/fileadmin/bilder/user_upload/110444_Jahresbericht_2020_DE_Screen_barrierefrei_bf.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas Österreich, s.a. a. Häufig gestellte Fragen. Verfügbar in: <https://www.caritas.at/ueber-uns/ueber-die-caritas/haeufig-gestellte-fragen> (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas Österreich, s.a. b. Impressum. Verfügbar in: <https://www.caritas.at/ueber-uns/ueber-die-caritas/impressum> (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas Österreich, s.a. c. Was wir tun. Verfügbar in: <https://www.caritas.at/ueber-uns/ueber-die-caritas/was-wir-tun> (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas Österreich, s.a. d. Caritas und Kirche. Verfügbar in: <https://www.caritas.at/ueber-uns/ueber-die-caritas/caritas-und-kirche> (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas Österreich, s.a. e. Geschichte. Verfügbar in: <https://www.caritas.at/ueber-uns/ueber-die-caritas/geschichte> (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas Österreich, s.a. f. Präsidium, Generalsekretär\* innen und Direktor\*innen. Verfügbar in: <https://www.caritas.at/ueber-uns/ueber-die-caritas/presidium-generalsekretaerinnen-direktorinnen> (Zugriff am 14.10.2022)
- Carla Krems, 2014. Putzlappen Produktion. Verfügbar in: <https://www.caritas-stpoelten.at/fileadmin/storage/stpoelten/ELDI/carlas/Krems/Folder-Putzlappen-carla-Krems-2014.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Carla Krems, 2012. Information über Sachspenden. Verfügbar in: <https://www.caritas-stpoelten.at/fileadmin/storage/stpoelten/ELDI/carlas/Krems/carla-Krems-Vitis-Sachspendeninformation-2012.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas Salzburg, 2021. Wirkungsbericht 2020. Salzburg. Verfügbar in: [https://www.caritas-salzburg.at/fileadmin/storage/salzburg/Caritas\\_Salzburg\\_Wirkungsbericht\\_2020.pdf](https://www.caritas-salzburg.at/fileadmin/storage/salzburg/Caritas_Salzburg_Wirkungsbericht_2020.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas St. Pölten & NÖ-West, 2018. Infofolder zu den carlas. Verfügbar in: [https://www.caritas-stpoelten.at/fileadmin/storage/stpoelten/Termine/2019/carlatogo\\_Kern\\_Nov2018\\_Druck.pdf](https://www.caritas-stpoelten.at/fileadmin/storage/stpoelten/Termine/2019/carlatogo_Kern_Nov2018_Druck.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas St. Pölten & NÖ-West, s.a. a. Carla Krems. Verfügbar in: <https://www.caritas-stpoelten.at/hilfe-angebote/shops-dienstleistungen/carlas/carla-krems> (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas St. Pölten & NÖ-West, s.a. b. CarlaShop Krems. Verfügbar in: <https://www.caritas-stpoelten.at/hilfe-angebote/shops-dienstleistungen/carlas/carla-shop-krems> (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas Vorarlberg, 2020. Deine Kleiderspende wirkt 5fach! Verfügbar in: [https://www.carla-vorarlberg.at/fileadmin/storage/vorarlberg/caritas-vorarlberg.at/Fachbereiche/carla/Folder-deine\\_Kleiderspende\\_wirkt\\_5-fach\\_2020web.pdf](https://www.carla-vorarlberg.at/fileadmin/storage/vorarlberg/caritas-vorarlberg.at/Fachbereiche/carla/Folder-deine_Kleiderspende_wirkt_5-fach_2020web.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas Vorarlberg, 2014. Transparenz. Offenheit und Fairness in der Kleidersammlung. Feldkirch. Verfügbar in: [https://www.carla-vorarlberg.at/fileadmin/storage/vorarlberg/website/Archiv\\_bis\\_08\\_2021/dokumente/carla/Positionspapier\\_Kleidersammlung-2014.pdf](https://www.carla-vorarlberg.at/fileadmin/storage/vorarlberg/website/Archiv_bis_08_2021/dokumente/carla/Positionspapier_Kleidersammlung-2014.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)

- Caritas Vorarlberg, 2013. Carla ein Projekt der Caritas Vorarlberg. Nachhaltigkeitsreport. Feldkirch. Verfügbar in: [https://www.carla-vorarlberg.at/fileadmin/storage/vorarlberg/website/Archiv\\_bis\\_08\\_2021/dokumente/carla/Nachhaltigkeitsreport-\\_2013.pdf](https://www.carla-vorarlberg.at/fileadmin/storage/vorarlberg/website/Archiv_bis_08_2021/dokumente/carla/Nachhaltigkeitsreport-_2013.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Caritas Wien, s.a. Carla Kleidersammler der Caritas der Erzdiözese Wien. Verfügbar in: <https://www.carla-wien.at/fileadmin/storage/wien/shops-services/carla/spenden/caritas-edw-kleidersammlung.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Carla, s.a. Carla. Verfügbar in: [https://www.carla.at/?\\_ga=2.267314382.194402612.1661240748-1871877132.1661240748](https://www.carla.at/?_ga=2.267314382.194402612.1661240748-1871877132.1661240748) (Zugriff am 14.10.2022)
- Carla Vorarlberg, s.a. a. Nachhaltiges Wirtschaften durch Reuse und Recycling. Verfügbar in: <https://www.carla-vorarlberg.at/re-use/nachhaltiges-wirtschaften/page> (Zugriff am 14.10.2022)
- Carla Vorarlberg, s.a. b. Fakten über Carla. Verfügbar in: <https://www.carla-vorarlberg.at/ueber-uns/fakten> (Zugriff am 14.10.2022)
- Carla Vorarlberg, s.a. c. Kleider- und Schuhsammlung. Verfügbar in: <https://www.carla-vorarlberg.at/re-use/kleidersammlung> (Zugriff am 14.10.2022)
- Carla Vorarlberg, s.a. d. carla Tex Kleidersortierwerk. Verfügbar in: <https://www.carla-vorarlberg.at/re-use/carla-tex-kleidersortierwerk> (Zugriff am 14.10.2022)
- Carla Wien, s.a. a. Ihre Spende kann mehr. S.I. Verfügbar in: [https://www.carla-wien.at/fileadmin/storage/wien/shops-services/carla/wegderspende\\_2500x2500\\_druck.pdf](https://www.carla-wien.at/fileadmin/storage/wien/shops-services/carla/wegderspende_2500x2500_druck.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Carla Wien, s.a. b. Caritas SÖB. Verfügbar in: <https://www.carla-wien.at/arbeit/caritas-soeb> (Zugriff am 14.10.2022)
- Carla Wien, s.a. c. FAQs. Verfügbar in: <https://www.carla-wien.at/ueber-uns/faqs> (Zugriff am 14.10.2022)
- Castellani, V., Sala, S., Mirabella, N., 2014. Beyond the Throwaway Society: A Life Cycle-Based. Assessment of the Environmental Benefit of Reuse. Integrated Environmental Assessment and Management, 11 (3), S. 373–382.
- Cole, C., Cooper, T., Gnanapragasam, A., 2019. Extending Product Lifetimes through WEEE Reuse and Repair: Opportunities and Challenges in the UK. Berlin: Electronics Goes Green 2016+ (EGG). <https://doi.org/10.1109/EGG.2016.7829857>
- Cools, P. und Oosterlynck, S., 2015. De Kringwinkel: A symbiosis between jobs for the long term unemployed and waste reduction? ImPROvE Case Study N°8. Antwerp: Herman Deleeck Centre for Social Policy – University of Antwerp.
- Cooper, D.R. und Gutowski, T.G., 2017. The environmental impacts of reuse: a review. Journal of Industrial Ecology, 21, S. 38-56. <https://doi.org/10.1111/jiec.12388>
- Das Land Steiermark, s.a. a. Die Abfallwirtschaftsverbände der Steiermark. Verfügbar in: <https://www.awv.steiermark.at/cms/ziel/152432/DE/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Das Land Steiermark, s.a. b. Vorbereitung zur Wiederverwendung. Verfügbar in: <https://www.abfallwirtschaft.steiermark.at/cms/beitrag/12320131/134954472/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Degenstein, L. M., McQueen, R. H., McNeill, L. S., Hamlin, R. P., Wakes, S. J., Dunn, L.A., 2020. Impact of physical condition on disposal and end-of-life extension of clothing. International Journal of Consumer Studies, 44, S. 586–596. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12590>
- De Kringwinkel, s.a. Veelgestelde Kringwinkel-vragen. Verfügbar in: <https://www.dekringwinkel.be/faq.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- Der Standard, 2020. Zu Besuch beim Secondhandshop der Volkshilfe Wien. Video. YouTube. Verfügbar in: <https://www.youtube.com/watch?v=Mo1wD6y4-48> (Zugriff am 14.10.2022)
- De Wagenaar, D., Galama, J., Sijtsema, S. J., 2022. Exploring Worldwide Wardrobes to Support Reuse in Consumers' Clothing Systems. Sustainability, 14, S. 487. <https://doi.org/10.3390/su14010487>
- Die NÖ Umweltverbände, 2022. Status per 06/2022 [www.sogutwieneu.at](http://www.sogutwieneu.at). (Zugriff am 14.10.2022)

- Die NÖ Umweltverbände, 2018. Allgemeine Nutzungs- und Geschäftsbedingungen („AGB“). Verfügbar in: [https://www.sogutwieneu.at/noeav/user/sogutwieneu/dokumente/AGB\\_SGWN\\_2018\\_05.pdf](https://www.sogutwieneu.at/noeav/user/sogutwieneu/dokumente/AGB_SGWN_2018_05.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Die NÖ Umweltverbände, s.a. a. Die Verbände. Verfügbar in: <https://www.umweltverbaende.at/verbaende> (Zugriff am 14.10.2022)
- Die NÖ Umweltverbände, s.a. b. So gut wie NEU! Verfügbar in: <https://www.umweltverbaende.at/sogutwieneu> (Zugriff am 14.10.2022)
- Die NÖ Umweltverbände s.a. c. Ansprechpartner. Verfügbar in: <https://www.umweltverbaende.at/?kat=42> (Zugriff am 14.10.2022)
- Dittrich, J., und Neitsch, M., 2022. Kreislaufwirtschaft in Österreich stärken. Stakeholder-Prozess I: Stärkung der Abfallvermeidung, Wiederverwendung und Vorbereitung zur Wiederverwendung von Textilien. European Environmental Bureau, RepaNet – Re-Use- und Reparaturnetzwerk Österreich, Verband Abfallberatung Österreich (VABÖ). Verfügbar in: <https://www.circularfutures.at/assets/Circular-Futures/Themen/Stakeholderprozesse/Working-Paper-Abfallvermeidung-Textilien-AP-final.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Eigner, K. 2016. Die Nachnutzung und ‚Neu-Inwertsetzung‘ von Altkleidung und Alttextilien. Österreichs Einbettung von Sammel- und Sortierprozessen in ein internationales Netzwerk. Diplomarbeit. Fakultät für Geowissenschaften, Geographie und Astronomie, Universität Wien. DOI: 10.25365/thesis.43966
- Ekström, K. M. und Salomonson, N., 2014. Reuse and Recycling of Clothing and Textiles – A Network Approach. Journal of Macromarketing, 34(3), S. 383-399. <https://doi.org/10.1177/0276146714529658>
- Euratex, 2022. Facts & Key Figures of the European Textile and Clothing Industry 2022. Brussels. Verfügbar in: [https://euratex.eu/wp-content/uploads/EURATEX\\_FactsKey\\_Figures\\_2022rev-1.pdf](https://euratex.eu/wp-content/uploads/EURATEX_FactsKey_Figures_2022rev-1.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Ellen MacArthur Foundation, 2017. A new textiles economy: Redesigning fashion's future. Verfügbar in: <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications> (Zugriff am 14.10.2022)
- European Commission, 2022a. Sustainable and Circular Textiles by 2030. Brussels. Verfügbar in: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/attachment/872168/Textiles%20Factsheet.pdf.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- European Commission, 2022b. Green Deal: New proposals to make sustainable products the norm and boost Europe's resource independence. Brussels. Verfügbar in: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_22\\_2013](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_2013) (Zugriff am 14.10.2022)
- European Commission, 2022c. Communication from the Commission to the European Parliament, the council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles. Brussels. Verfügbar in: [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9d2e47d1-b0f3-11ec-83e1-01aa75ed71a1.0001.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9d2e47d1-b0f3-11ec-83e1-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_1&format=PDF) (Zugriff am 14.10.2022)
- European Commission, 2021a. Roadmap: EU strategy for textiles. Verfügbar in: [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12822-EU-strategy-for-sustainable-textiles\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12822-EU-strategy-for-sustainable-textiles_en) (Zugriff am 14.10.2022)
- European Commission, 2021b. Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions. Updating the 2020 New Industrial Strategy: Building a stronger Single Market for Europe's recovery. Brussels. Verfügbar in: [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-industrial-strategy-update-2020\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-industrial-strategy-update-2020_en.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- European Commission, 2020. Sustainable and Circular Textiles. Verfügbar in: [https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/sustainable\\_and\\_circular\\_textiles.pdf](https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/sustainable_and_circular_textiles.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- European Environment Agency, 2022. Textiles and the environment: the role of design in Europe's circular economy. Briefing no. 01.



- European Environment Agency, 2021. Progress towards preventing waste in Europe — the case of textile waste prevention. Report No 15. Copenhagen.
- European Environment Agency, 2019. Textiles in Europe's circular economy. Verfügbar in: <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy> (Zugriff am 14.10.2022)
- European Parliament, 2022. The impact of textile production and waste on the environment (infographic). Verfügbar in: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/2021208STO93327/the-impact-of-textile-production-and-waste-on-the-environment-infographic> (Zugriff am 14.10.2022)
- Faber, T., Lagoda, T., Milmeister, M., Murroccu, C., Muller, C., Reuter B., Weber, B., 2020. Rethink. Auf dem Weg zu einem neuen Wirtschaftsmodell. Im Fokus: Ressourcenschutz, Kreislaufwirtschaft, Gemeinwohl, langlebige Güter, Wiederverwendung, Reparatur und Teilen. Oekozer Pafendall asbl - Mouvement Ecologique asbl. Luxemburg.
- Farfetch, 2022. The Fashion Footprint Tool. Verfügbar in: <https://www.farfetch.com/uk/fashionfootprinttool> (Zugriff am 14.10.2022)
- Farfetch, 2020. Understanding the environmental savings of buying pre-owned fashion.
- Farrant, L., Olsen, S. I., Wangel, A. 2010. Environmental benefits from reusing clothes. *International Journal Life Cycle Assessments*, 15, S. 726–736. <https://doi.org/10.1007/s11367-010-0197-y>
- FCC Group, s.a. a. FCC Textil2Use GmbH. Verfügbar in: <https://www.fcc-group.eu/de/osterreich/standorte/fcc-textil2use-gmbh.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- FCC Group, s.a. b. Eigentümerstruktur. Verfügbar in: <https://www.fcc-group.eu/de/osterreich/unternehmen/eigentuerstruktur.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- Fishbein, M. und Ajzen, I., 1975. Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research; Adison-Wesley: Reading, MA, USA.
- Fletcher, K., 2014, Sustainable fashion and textiles: design journeys. Earthscan, London.
- Fox, A. 1957. A theory of second-hand markets. *Economica*, 24(94), S. 99–115.
- Friege, H., 2020. Leitfaden zur Wiederverwendung und Verwertung von Alttextilien. Ergebnisse aus dem von der DBU fachlich und finanziell unterstützten Projekt „Nachhaltigkeitskommunikation in der Abfallwirtschaft - Grundlagen und best practice-Ansätze“ (Nr. 32385).
- Gillabel, J., Manshoven, S., Grossi, F., Mortensen, F. L., Coscieme, L., 2021. Business Models in a Circular Economy. Boeretang: European Topic Centre Waste and Materials in a Green Economy.
- Global 2000, s.a. Alte Textilien. Verfügbar in: <https://www.global2000.at/alte-textilien> (Zugriff am 14.10.2022)
- González, J. F., 2010. Empirical evidence of direct rebound effect in Catalonia. *Energy Policy*, 38(5), S. 2309–2314. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2009.12.018>
- Gözet, B. und Wilts, H., 2022. Die Kreislaufwirtschaft als neues Narrativ für die Textilindustrie. Eine Analyse der textilen Wertschöpfungskette mit Blick auf Deutschlands Chancen einer kreislaufwirtschaftlichen Transformation (Zukunftsimpuls Nr. 23). Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie gGmbH, Döppersberg 19, 42103 Wuppertal. Verfügbar in: [https://epub.wupperinst.org/frontdoor/deliver/index/docId/7999/file/ZI23\\_Textilindustrie.pdf](https://epub.wupperinst.org/frontdoor/deliver/index/docId/7999/file/ZI23_Textilindustrie.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Greenpeace, 2019. Mode als Wegwerfware. Repräsentative Greenpeace-Umfrage zu Kaufverhalten, Tragedauer und Entsorgung von Kleidung in Österreich. Verfügbar in: [https://greenpeace.at/assets/uploads/publications/presse/1906\\_FactSheet\\_Umfrage\\_Kleiderkonsum.pdf](https://greenpeace.at/assets/uploads/publications/presse/1906_FactSheet_Umfrage_Kleiderkonsum.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Gray, S. Druckman, A., Sadhukhan, J., James, K., 2022. Reducing the Environmental Impact of Clothing: An Exploration of the Potential of Alternative Business Models. *Sustainability*, 14(10), 6292. <https://doi.org/10.3390/su14106292>
- Gsell, M., Mehlhart, G., Weishäupl, J., Watson, D., Bel, J. B., Wilts, H., 2019. Methodology for the reporting of re-use of products and rules for the reporting of reusable packaging. Darmstadt: Oeko-Institut e.V., PlanMiljø. <https://data.europa.eu/doi/10.2779/286270>

- Gutiu, s.a. Second Hand Kleidung. Verfügbar in: <https://www.gutiu.at> (Zugriff am 14.10.2022)
- GVU Melk, s.a. Alttextilien. Verfügbar in: [https://melk.umweltverbaende.at/?portal=verband&vb=me&dok\\_id=31693&tpl=1&kat=3105](https://melk.umweltverbaende.at/?portal=verband&vb=me&dok_id=31693&tpl=1&kat=3105) (Zugriff am 14.10.2022)
- Helmig, B., s.a. Dritter Sektor. Gabler Wirtschaftslexikon. Verfügbar in: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/dritter-sektor-33764> (Zugriff am 14.10.2022)
- Hemkhaus, M., Hannak, J., Malodobry, P., Janßen, T., Griefahn, N. S., Linke, C., 2019. Circular Economy in the Textile Sector. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). Verfügbar in: [https://www.adelphi.de/en/system/files/mediathek/bilder/GIZ\\_Studie\\_Kreislaufwirtschaft\\_Textil\\_sektor\\_2019\\_final.pdf](https://www.adelphi.de/en/system/files/mediathek/bilder/GIZ_Studie_Kreislaufwirtschaft_Textil_sektor_2019_final.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Hertwich, E. 2005. Consumption and the industrial ecology perspective. Journal of Industrial Ecology, 9(1), S. 85–98.
- HERWIN, s.a. Herwinnen van talenten. Verfügbar in: <https://herwin.be/wp-content/uploads/2022/01/kosten-baten-analyse-doelgroepmedewerker.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- HUMANA, 2022. Österreich Fortschrittsbericht 2021 - Entwicklung braucht Frieden. Verfügbar in: <https://humana.at/wp-content/uploads/2022/10/JB-2021-FERTIG.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- HUMANA, 2021. HUMANA People to People Österreich Jahresbericht 2020. Wien. Verfügbar in: <https://humana.at/wp-content/uploads/2021/10/HUMANA-JAHRESBERICHT-2020.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- HUMANA, 2020. Unser Konzept. Verfügbar in: <https://humana.at/ueber-uns/die-idee-dahinter-konzept/> (Zugriff am 14.10.2022)
- HUMANA, s.a. a. IMPRESSUM. Verfügbar in: <https://humana.at/impressum/> (Zugriff am 14.10.2022)
- HUMANA, s.a. b. Vereinsdaten. Verfügbar in: <https://humana.at/vereinsdaten/> (Zugriff am 14.10.2022)
- HUMANA, s.a. c. Unsere Sammlung. Verfügbar in: <https://humana.at/sammlung/die-idee-dahinter-konzept/> (Zugriff am 14.10.2022)
- HUMANA, s.a. d. Geschichte. S.I. Verfügbar in: <https://humana.at/geschichte/> (Zugriff am 14.10.2022)
- HUMANA, s.a. e. Filialen. Verfügbar in: <https://humana.at/filialen-die-idee/> (Zugriff am 14.10.2022)
- HUMANA, s.a. f. Deine Kleiderspende. Verfügbar in: <https://humana.at/sammlung/deine-kleiderspende/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Iduna Warenhaus, s.a. Über den Verein Iduna. S.I. Verfügbar in: <https://www.vielfalt-bereichert.or.at/ueber-den-verein/> (Zugriff am 14.10.2022)
- International Energy Agency, 2016. Energy, Climate Change & Environment: 2016 insights. Paris. Verfügbar in: <https://iea.blob.core.windows.net/assets/6b2eaf11-d479-4ab2-b92f-a8832cda61e8/ECCE2016.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Jacoby, J., Berning, C. K., Dietvorst, T. F., 1977. What about Disposition? Journal of Marketing, 41(2), S. 22–28. <https://doi.org/10.1177/002224297704100212>
- Jones, G. R. und Bouncken, R. B., 2008. Organisation - Theorie, Design und Wandel. 5. Aktualisierte Auflage. München: Pearson Studium. Verfügbar in: [https://books.google.at/books?hl=de&lr=&id=ME77SOZyFk0C&oi=fnd&pg=PA6&ots=UzNzg5klzJ&sig=5H\\_MvgIBDfH7USW0BRDK1PimsYw&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.at/books?hl=de&lr=&id=ME77SOZyFk0C&oi=fnd&pg=PA6&ots=UzNzg5klzJ&sig=5H_MvgIBDfH7USW0BRDK1PimsYw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false) (Zugriff am 14.10.2022)
- Karigl, B., Bernhardt, A., Hauer, W., 2019. Verwertung von gesammelten Alttextilien. Ermittlung der Anteile von Altkleidern und Altschuhen zur Weiterverwendung, zum Recycling und zur Beseitigung von HUMANA People to People Österreich. Umweltbundesamt, Wien. Verfügbar in: <https://humana.at/wp-content/uploads/2021/03/humana-people-to-people-oesterreich-studie-umweltbundesamt1.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Kepplinger-Past, A., 2022. Fachbereichsleiterin im Bereich Unterstützung in sozialen Notlagen des Roten Kreuz Niederösterreich. Mündliche Mitteilung vom 20.05.2022, Zoom.

- Keßler, L., Matlin, S. A., Kümmerer, K., 2021. The contribution of material circularity to sustainability— Recycling and reuse of textiles. *Current Opinion in Green and Sustainable Chemistry*, 32, 100535. <https://doi.org/10.1016/j.cogsc.2021.100535>
- Klagenfurt, 2019. Textilsammlung soll verbessert werden. Verfügbar in: <https://www.klagenfurt.at/stadtverwaltung/presse-newsroom/pressemitteilungen/news-detailseite/textilsammlung-soll-verbessert-werden> (Zugriff am 14.10.2022)
- Kleinhüchelkotten, S. und Neitzke, P., 2017. Increasing sustainability in clothing production and consumption - opportunities and constraints. *GAIA - Ecological Perspectives on Science and Society*, 28(1), S. 240-248.
- Köhler A., Watson D., Trzepacz S., Löw C., Liu R., Danneck J., Konstantas A., Donatello S., Faraca G., 2021. Circular Economy Perspectives in the EU Textile sector, EUR 30734 EN, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2021, ISBN 978-92-76-38646-9, doi:10.2760/858144, JRC125110.
- Kolping, s.a. Altkleidercontainer Wien. Verfügbar in: <https://www.kolping.at/kontakt-adressen/altkleidercontainer/wien/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Krause, S., Fabian, M., Dicke, N., Köhn, M., Baumeister, H.-J., Körber-Ziegenggeist, G., Oehme I., Bockhardt, I., Frien-Kossolobow, L., Ebert, T., 2020. Verlängerung der Produktnutzungsdauer. Ansätze zur Abfallvermeidung und Ressourcenschonung durch Wiederverwendung und Vorbereitung zur Wiederverwendung. Umweltbundesamt, Dessau-Roßlau. Verfügbar in: [https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/hgp\\_verlangerung\\_produktnutzungsdauer\\_bf.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/hgp_verlangerung_produktnutzungsdauer_bf.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Kraxner, G., 2022. Geschäftsführer der FCC Textile2Use GmbH. Mündliche Mitteilung vom 02.05.2022, Microsoft Teams.
- Land Niederösterreich, 2021. Abfallwirtschaft Niederösterreich. Daten 2020. St. Pölten. Verfügbar in: [https://www.noegv.at/noegv/Abfall/Abfallwirtschaft\\_Niederoesterreich\\_-\\_Daten\\_2020.pdf](https://www.noegv.at/noegv/Abfall/Abfallwirtschaft_Niederoesterreich_-_Daten_2020.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Land Niederösterreich, 2018. Abfallwirtschaft Niederösterreich. Daten 2017. St. Pölten. Verfügbar in: [https://www.noegv.at/noegv/Abfall/AWB\\_2017\\_-\\_Endversion\\_Online.pdf](https://www.noegv.at/noegv/Abfall/AWB_2017_-_Endversion_Online.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Land Salzburg, s.a. Abfallverbände. Verfügbar in: [https://www.salzburg.gv.at/verwaltung\\_/Seiten/abfallverbaende-2.aspx](https://www.salzburg.gv.at/verwaltung_/Seiten/abfallverbaende-2.aspx) (Zugriff am 14.10.2022)
- Luptáčik, P., Schneider, H. W., Pöchlacher-Tröscher, G., Scherk, J., 2021. Anreize für eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft im Textil- und Bekleidungssektor in Österreich. Wien: IWI. Linz: Pöchlacher. Verfügbar in: <https://iwi.ac.at/wp-content/uploads/2021/11/BMK-Kreislaufwirtschaft-im-Textilsektor.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Manshoven, S., Christis, M., Vercalsteren, A., Arnold, M., Nicolau, M., Lafond, E., Mortensen, L. F., Coscieme, L., 2019. Textiles and the environment in a circular economy. European Topic Centre on Waste and Materials in a Green Economy, Boeretang. Verfügbar in: [https://www.researchgate.net/publication/344413782\\_Textiles\\_and\\_the\\_environment\\_in\\_a\\_circular\\_economy](https://www.researchgate.net/publication/344413782_Textiles_and_the_environment_in_a_circular_economy) (Zugriff am 14.10.2022)
- Market Marktforschungs GmbH & CoKG, 2019. Zugang & Wahrnehmung von gemeinnützigen Organisationen. Wiederholungsmessung 2019 NPOs in Österreich. Linz. Verfügbar in: [https://gemeinnuetzig.at/wp-content/uploads/2019/04/B1705\\_IGO-NPO-2019\\_Grafiken.pdf](https://gemeinnuetzig.at/wp-content/uploads/2019/04/B1705_IGO-NPO-2019_Grafiken.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Marsalek, N., schriftliche Mitteilung am 26.04.2022
- McQuibban, J., Žůrková, J., Rama, M., 2021. Putting second-hand first to create local jobs. Guidance for municipalities to develop local re-use strategies. Zero Waste Europe und RREUSE, Brussels. Verfügbar in: <https://zerowastecities.eu/tools/putting-second-hand-first/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Mein Laden, s.a. Idee & Konzept. S.I. Verfügbar in: <https://mein-laden.at/uber-uns/idee-konzept/> (Zugriff am 14.10.2022)

- Meissner, M., 2022. Gesellschafter und Experte im Bereich Unternehmen und Ressourcen. Mündliche Mitteilung vom 10.06.2022, Zoom.
- Meissner, M. und Maislinger, C., 2021. Re-Use: Re-gional. Re-Use Potenziale und Szenarien einer Umsetzung. Online-Veranstaltung am 9. September 2021, Ressourcen Forum Austria.
- Meissner, M., Orth, D. und Borszki, R., 2021. Re-Use Regional. Machbarkeit und Szenarien für die EUREGIO Salzburg-Berchtesgadener Land-Traunstein. Pulswerk GmbH. Wien.
- Meissner, M., 2015. Re-Use Netzwerken in Österreich. Erfahrungen mit der Bedeutung von Qualitätsaspekten. Online-Veranstaltung. Pulswerk GmbH, Berlin. Verfügbar in: [https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/dokumente/meissner\\_netzwerke\\_in\\_at\\_berlin\\_150414.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/dokumente/meissner_netzwerke_in_at_berlin_150414.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Meyer, M., Neumayr, M., Schneider, U., 2010. Bits and Pieces: Daten zum österreichischen Nonprofit-Sektor. Fachzeitschrift für Verbands- und Nonprofit-Management, 36(2), S. 34-47.
- Morgan, L.R. und Birtwistle, G., 2009. An investigation of young fashion consumers' disposal habits. International Journal of Consumer Studies, 33, S. 190–198. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2009.00756.x>
- Neitsch, M., 2022. Geschäftsführer von RepaNet - Re-Use- und Reparaturnetzwerk Österreich. Mündliche Mitteilung vom 20.07.2022, Wien.
- Neitsch, M., Spitzbart, M., Hammerl, B., Schleich, B., 2010. Umsetzungskonzept zur Implementierung des Gebotes der „Wiederverwendung“ gemäß ARL2008 in Österreich. Verein RepaNet - Reparaturnetzwerk Österreich. Wien.
- Neumayr, M., Schneider, U., Meyer, M., Haider, A., 2007. The Non-profit Sector on Austria – An economic, legal und political appraisal. Working Paper. Institut für Sozialpolitik, WU Wien.
- Niebler, R., 2020. Abfallwirtschaftliche Geschäftsmodelle für Textilien in der Circular Economy. Masterarbeit. Hochschule Darmstadt im Fachbereich Gesellschaftswissenschaften. <https://doi.org/10.46850/sofia.9783941627833>
- Noamol, s.a. Wo noamol. Verfügbar in: <https://www.noamol.at/#wo-noamol> (Zugriff am 14.10.2022)
- Noh, M., 2021. Understanding the Effect of Information Sources on College Students' Recycling/Reuse Behavior towards Clothing and Textile Products. Sustainability, 13(11), 6298. <https://doi.org/10.3390/su13116298>
- Österreich gv, 2021. Abfallwirtschaft in den Bundesländern ausgenommen Wien. Verfügbar in: [https://www.oesterreich.gv.at/themen/bauen\\_wohnen\\_und\\_umwelt/abfall/1/Seite.3790031.html](https://www.oesterreich.gv.at/themen/bauen_wohnen_und_umwelt/abfall/1/Seite.3790031.html) (Zugriff am 14.10.2022)
- OÖ Landesverband, s.a. a. Bezirksabfallverband. Verfügbar in: [https://www.umweltprofis.at/allgemein/ueber\\_uns/bezirksabfallverband.html](https://www.umweltprofis.at/allgemein/ueber_uns/bezirksabfallverband.html) (Zugriff am 14.10.2022)
- OÖ Landesverband, s.a. b. Revital. Verfügbar in: [https://www.umweltprofis.at/allgemein/ooe\\_weite\\_projekte/vorbereitung\\_zur\\_wiederverwendung.html](https://www.umweltprofis.at/allgemein/ooe_weite_projekte/vorbereitung_zur_wiederverwendung.html) (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖPULA, s.a. a. Geschichte. Verfügbar in: <http://oepula.at/index.php/betrieb/geschichte> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖPULA, s.a. b. Sammelcontainer. Verfügbar in: <http://oepula.at/index.php/kleidersammlung/sammelcontainer> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖPULA, s.a. c. Fragen & Antworten. Verfügbar in: <http://oepula.at/index.php/kleidersammlung/fragen-antworten> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖPULA, s.a. d. Fuhrpark. Verfügbar in: <http://oepula.at/index.php/betrieb/fuhrpark> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖPULA, s.a. e. Partner. Verfügbar in: <http://oepula.at/index.php/kleidersammlung/partner> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖPULA, s.a. f. Team. Verfügbar in: <http://oepula.at/index.php/betrieb/team> (Zugriff am 14.10.2022)
- ORF Burgenland, 2021. Was mit Altkleidung passiert. Verfügbar in: <https://burgenland.orf.at/stories/3093102/> (Zugriff am 14.10.2022)

- ÖRK, 2022. Jahresbericht des Österreichischen Roten Kreuzes 2021. Verfügbar in: <https://austrian-red-cross.foleon.com/jahresberichte/jahresbericht2021/> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK, 2021. Das Rote Kreuz. Verfügbar in: [https://www.rotekreuz.at/fileadmin/user\\_upload/PDF/Jahresberichte/20210901\\_PRAES\\_Das\\_Rote\\_Kreuz\\_DE-komp.pdf](https://www.rotekreuz.at/fileadmin/user_upload/PDF/Jahresberichte/20210901_PRAES_Das_Rote_Kreuz_DE-komp.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK, s.a. a. Rotkreuz-Märkte. Verfügbar in: <https://www.rotekreuz.at/oberoesterreich/grieskirchen/ich-brauche-hilfe/rotekreuz-markt> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK, s.a. b. Das Generalsekretariat des Österreichischen Rotes Kreuzes. Verfügbar in: <https://www.rotekreuz.at/das-generalsekretariat> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK Burgenland, s.a. Second Hand-Shops im Roten Kreuz Verfügbar in: <https://www.rotekreuz.at/burgenland/ich-will-helfen/second-hand-shops> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK Kärnten, s.a. Second Hand-Shops im Roten Kreuz Verfügbar in: <https://www.rotekreuz.at/kaernten/ich-will-helfen/second-hand-shops> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK Niederösterreich, s.a. Second Hand-Shops im Roten Kreuz. Verfügbar in: <https://www.rotekreuz.at/niederoesterreich/ich-will-helfen/second-hand-shops> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK Niederösterreich, 2022a. Henry Laden. Abgabestellen in Niederösterreich. Verfügbar in: [https://www.rotekreuz.at/fileadmin/user\\_upload/LV/NO/Dateien/HenryLaden/Oeffnungszeiten\\_fuer\\_HP\\_01.pdf](https://www.rotekreuz.at/fileadmin/user_upload/LV/NO/Dateien/HenryLaden/Oeffnungszeiten_fuer_HP_01.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK Niederösterreich, 2022b. Henry Laden Korneuburg. Verfügbar in: <https://www.henryladen-korneuburg.at> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK Oberösterreich, s.a. Second Hand-Shops im Roten Kreuz. Verfügbar in: <https://www.rotekreuz.at/oberoesterreich/ich-will-helfen/second-hand-shops> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK Salzburg, s.a. Second Hand-Shops im Roten Kreuz Verfügbar in: <https://www.rotekreuz.at/salzburg/ich-will-helfen/second-hand-shops> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK Steiermark, s.a. Second Hand-Shops im Roten Kreuz Verfügbar in: <https://www.rotekreuz.at/steiermark/ich-will-helfen/second-hand-shops> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK Tirol, s.a. Kleiderladen. Verfügbar in: <https://www.rotekreuz-kufstein.at/kleiderladen.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- ÖRK Vorarlberg, s.a. Second Hand-Shops im Roten Kreuz Verfügbar in: <https://www.rotekreuz.at/vorarlberg/ich-will-helfen/second-hand-shops> (Zugriff am 14.10.2022)
- Osterwalder, A. und Pigneur, Y., 2011. Business Model Generation, Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt/New York: Campus Verlag.
- Österreichisches Parlament, 2018. Das bundesstaatliche Prinzip. Verfügbar in: <https://www.parlament.gv.at/PERK/BOE/PR/index.shtml> (Zugriff am 14.10.2022)
- Pennerstorfer, A., 2016. Die volkswirtschaftliche Bedeutung gemeinnütziger Organisationen in Österreich. Der öffentliche Sektor - The Public Sector, 42(2), S. 7-13. Verfügbar in: <https://epub.wu.ac.at/5346/> (Zugriff am 13.10.2022)
- RDC Environment, 2017. Synthèse de l'analyse environnementale de la filière des textiles et linges de maison usagés. Brüssel. Verfügbar in: [https://refashion.fr/pro/sites/default/files/rapport-etude/Eco\\_TLC\\_Synthese\\_de\\_lanalyse\\_environnementale\\_de\\_la\\_filiere\\_des\\_textiles\\_et\\_linges\\_de\\_maison\\_usages.pdf](https://refashion.fr/pro/sites/default/files/rapport-etude/Eco_TLC_Synthese_de_lanalyse_environnementale_de_la_filiere_des_textiles_et_linges_de_maison_usages.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- RepaNet, 2022. RepaNet Markterhebung 2021. Wien. Verfügbar in: [https://drive.google.com/file/d/1oLSl4Zq9Ycs9K-k3d5u6zX5d5O4NnB\\_W/view](https://drive.google.com/file/d/1oLSl4Zq9Ycs9K-k3d5u6zX5d5O4NnB_W/view) (Zugriff am 14.10.2022)

- RepaNet, 2021. Re-Use-Markterhebung 2020. Wien. Verfügbar in: [https://drive.google.com/file/d/1WCQDzmrg\\_E8ctG2PnRI3M2Fzmo0jPbUR/view](https://drive.google.com/file/d/1WCQDzmrg_E8ctG2PnRI3M2Fzmo0jPbUR/view) (Zugriff am 14.10.2022)
- RepaNet, 2019. RREUSE. Trends für die nächste Modedkollektion: Sozial und Zirkulär. Verfügbar in: [https://www.repanet.at/wp-content/uploads/2020/02/RREUSE-Textile-Vision-2019\\_RepaNet\\_FINAL.pdf](https://www.repanet.at/wp-content/uploads/2020/02/RREUSE-Textile-Vision-2019_RepaNet_FINAL.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- RepaNet, s.a. a. Wir über uns. Verfügbar in: <https://www.repanet.at/ueberuns/> (Zugriff am 14.10.2022)
- RepaNet, s.a. b. Geschichte und Ausblick. Verfügbar in: <https://www.repanet.at/ueberuns/geschichte/> (Zugriff am 14.10.2022)
- RepaNet, s.a. c. Mitglieder. Verfügbar in: <https://www.repanet.at/ueberuns/mitglieder-im-verein-repanet/> (Zugriff am 14.10.2022)
- RepaNet, s.a. d. Statuten des Vereins RepaNet – Re-Use- und Reparaturnetzwerk Österreich. Verfügbar in: <https://www.repanet.at/ueberuns/statuten-des-vereins-repanet-re-use-und-reparaturnetzwerk-oesterreich/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Ribeiro-Broomhead, J. und Tangri, N., 2021. Zero Waste and Economic Recovery: The Job Creation Potential of Zero Waste Solutions. Global Alliance for Incinerator Alternatives. [www.doi.org/10.46556/GFWE6885](http://www.doi.org/10.46556/GFWE6885) (Zugriff am 14.10.2022)
- Rotes Kreuz Burgenland, s.a. Altkleidersammlung. Verfügbar in: <https://www.rotekreuz.at/burgenland/altkleidersammlung> (Zugriff am 14.10.2022)
- RREUSE, 2021. Briefing Job Creation in the Re-Use-Sector: Data Insights from Social Enterprises. Verfügbar in: <https://www.rreuse.org/wp-content/uploads/04-2021-job-creation-briefing.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Šajn, N., 2019. Environmental impact of the textile and clothing industry. What consumers need to know. European Parliamentary Research Service (EPRS).
- Salamon, L. M. und Anheier, H. K., 1996. International Classification of Nonprofit Organizations: ICNPO-Revision 1, 1996. Working Papers of the Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project, 19. Baltimore: The Johns Hopkins Institute for Policy Studies. Verfügbar in: [http://ccss.jhu.edu/wp-content/uploads/downloads/2011/09/CNP\\_WP19\\_1996.pdf](http://ccss.jhu.edu/wp-content/uploads/downloads/2011/09/CNP_WP19_1996.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Salamon, L. M. und Sokolowski, S. W., 2016. Beyond Nonprofits: Re-conceptualizing the Third Sector. *Voluntas*, 27, 1515–1545. Verfügbar in: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11266-016-9726-z.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Saunders, H. 1992. The Khazzom-Brookes Postulate and neoclassical growth. *Energy Journal*, 13(4), S. 131–148.
- Sandin, G. und Peters, G.M., 2018. Environmental impact of textile reuse and recycling: A review. *Journal of Cleaner Production*, 184, S. 353–365. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.266>
- SBK, s.a. Soziale Betriebe Kärnten. Verfügbar in: <https://www.sbk.or.at/home> (Zugriff am 14.10.2022)
- Schanda, I. und Neitsch, M., 2021. RepaNet Tätigkeitsbericht 2021. (Hrsg): RepaNet. Verfügbar in: <https://www.repanet.at/re-use-toolbox/re-use-repathek/repanet-taetigkeitsbericht-2021/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Schanda, I., 2020. Die Zukunft der Kleidersammlung muss nachhaltig und sozial sein. Österreichischer Wasser- und Abfallwirtschaftsverband, 72, S. 501–506. <https://doi.org/10.1007/s00506-020-00726-0>
- Schatzgrube, s.a. Über die Schatzgrube. Verfügbar in: <https://www.schatzgrube.at/ueber-die-schatzgrube/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Schlögl, T., 2022. Umwelt- und Qualitätsmanagementbeauftragter des Burgenländischen Müllverbands (BMV). Schriftliche Mitteilung vom 26.08.2022, E-Mail.
- Schmidt, A., Watson, D., Roos, S., Askham, A., Brunn Poulsen, P., 2016. Gaining benefits from discarded textiles. LCA of different treatment pathways. *TemaNord*. <http://dx.doi.org/10.6027/TN2016-537>
- Scitovsky, T., 1994. Towards a theory of second-hand markets. *Kyklos*, 47(1), S. 33–52.

- Semba, T., Sakai, Y., Ishikawa, M., Inaba, A., 2020. Greenhouse Gas Emission Reductions by Reusing and Recycling Used Clothing in Japan. Sustainability 2020, 12, 8214. doi:10.3390/su12198214
- Shaw, P. und Williams, I., 2018. Reuse in practice: The UK's car and clothing sectors. Detritus. Multidisciplinary Journal for Waste Resources & Residues, S. 36-47. DOI 10.31025/2611-4135/2018.13735
- Simsa, E. und Schober D., 2012. Nonprofit Organisationen in Österreich. NPO-Kompetenzzentrum, Wien. Verfügbar in: <https://gemeinnuetzig.at/wp-content/uploads/2012/11/OesterreichischerNPOsektor.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Sinus, 2022. Sinus-Milieus Österreich. Verfügbar in: <https://www.sinus-institut.de/sinus-milieus/sinus-milieus-oesterreich> (Zugriff am 14.10.2022)
- SoGutWieNEU, 2022. Über uns. Verfügbar in: <https://www.sogutwieneu.at/?tpl=7&kat=1> (Zugriff am 14.10.2022)
- Soogut, 2022. Kund/inneninfo. Verfügbar in: <https://www.soogut.at/kundeninfo> (Zugriff am 14.10.2022)
- Stadt Villach, s.a. ReUse - Wiederverwenden statt verschwenden! Verfügbar in: <https://villach.at/stadt-service/abfall/re-use> (Zugriff am 14.10.2022)
- Stadt Wien, 2022. Bevölkerungsstand – Statistiken. Verfügbar in: <https://www.wien.gv.at/statistik/bevoelkerung/bevoelkerungsstand/#daten> (Zugriff am 14.10.2022)
- Stadt Wien, s.a. a. Abgabe von intakten Altwaren auf den Wiener Mistplätzen. Verfügbar in: <https://48ertandler.wien.gv.at/abgabe-von-altwaren/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Stadt Wien, s.a. b. Produkte. Verfügbar in: <https://48ertandler.wien.gv.at/produkte/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Stadt Wien, s.a. c. Intakte Altwaren auf dem Mistplatz abgeben. Verfügbar in: <https://www.wien.gv.at/umwelt/ma48/beratung/abfallvermeidung/altabergut.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- Stadt Wien, s.a. d. 48er-Tandler. Verfügbar in: <https://www.wien.gv.at/umwelt/ma48/beratung/abfallvermeidung/48er-tandler.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- Stadt Wien, s.a. e. Häufig gestellte Fragen. Verfügbar in: <https://48ertandler.wien.gv.at/haeufig-gestellte-fragen/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Stadt Wien, s.a. f. Staatsrechtlicher Aufbau der Republik Österreich. Verfügbar in: <https://www.wien.gv.at/verwaltung/organisation/oesterreich/aufbau/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Stadt Wien, s.a. g. Magistratsabteilung 48 Abfallwirtschaft, Straßenreinigung und Fuhrpark – Dienststellenleitung. Verfügbar in: <https://www.wien.gv.at/advuew/internet/AdvPrSrv.asp?Layout=stelle&STELLE=Y&Type=K&stellecd=1996012209453082> (Zugriff am 14.10.2022)
- Statista, 2022a. Secondhand und Vintage: Deutscher Modemarkt im Wandel. Verfügbar in: <https://de.statista.com/themen/8254/secondhand/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Statista, 2022b. Konsumausgaben der privaten Haushalte in Österreich für Bekleidung in den Jahren 2010 bis 2020 (in Milliarden Euro). Verfügbar in: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/283653/umfrage/konsumausgaben-fuer-bekleidung-in-oesterreich/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Statista, 2022c. Anteil der Distanzhandelskäufer, die Produkte folgender Warengruppen online gekauft haben im Jahr 2021. Verfügbar in: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/317388/umfrage/online-shopper-in-oesterreich-nach-warengruppen/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Statista, 2022d. Statistiken zum Textil- und Bekleidungseinzelhandel in Österreich. Verfügbar in: <https://de.statista.com/themen/4056/textil-und-bekleidungseinzelhandel-in-oesterreich/#dossierKeyfigures> (Zugriff am 14.10.2022)
- Statista, 2022e. Bevölkerungsdichte in Österreich nach Bundesländern zu Jahresbeginn 2022. Verfügbar in:

- <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/687135/umfrage/bevoelkerungsdichte-in-oesterreich-nach-bundeslaendern/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Statista, 2022f. Wo kaufen Sie am häufigsten Kleidung ein? Verfügbar in: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1014220/umfrage/umfrage-zu-den-meistgenutzten-bezugsquellen-fuer-kleidung-in-oesterreich/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Statista, 2015. Meistfrequentierte Webseiten bei österreichischen Online-Shoppern, wenn es um Secondhand-Ware geht im Jahr 2015. Verfügbar in: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/454044/umfrage/beliebteste-webseiten-in-oesterreich-bei-secondhand-ware/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Statistik Austria, 2021. Gemeindeverzeichnis Stand 1.1.2021. Wien. Verfügbar in: [https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Gemeindeverzeichnis\\_Stand\\_1.1.2021.pdf](https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Gemeindeverzeichnis_Stand_1.1.2021.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- TAWV, s.a. Tiroler Abfallwirtschaftsverein. Verfügbar in: <http://tawv.tirol> (Zugriff am 14.10.2022)
- TEXAID Austria, 2021. Regional Sales Manager/in in Oberösterreich. Linz. Verfügbar in: [https://www.texaid.at/at/karriere/stellen.html?file=files/texaid/inhalte/Stellen/Stellen\\_Deutschland/TEXAID%20Austria%20GmbH\\_Stellenanzeige%20Aussendienst%20OOe\\_%2011-2021.pdf](https://www.texaid.at/at/karriere/stellen.html?file=files/texaid/inhalte/Stellen/Stellen_Deutschland/TEXAID%20Austria%20GmbH_Stellenanzeige%20Aussendienst%20OOe_%2011-2021.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- TEXAID, 2019. Medienmitteilung - Texaid legt Geschäftszahlen offen. Schattdorf. Verfügbar in: [https://www.texaid.ch/files/texaid/inhalte/schweiz/Presse%20Schweiz/2019/MM\\_1.3.2019.pdf](https://www.texaid.ch/files/texaid/inhalte/schweiz/Presse%20Schweiz/2019/MM_1.3.2019.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- TEXAID, 2017. Nachhaltigkeitsbericht 2017. Schattdorf. Verfügbar in: <https://www.texaid.ch/nachhaltigkeitsbericht-2017> (Zugriff am 14.10.2022)
- TEXAID, s.a. a. Unserer Standorte. Verfügbar in: <https://www.texaid.at/at/ueber-texaid/standorte.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- TEXAID, s.a. b. FAQs. Verfügbar in: <https://www.texaid.at/at/media-presse/faqs.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- TEXAID, s.a. c. Die Historie von Texaid. Verfügbar in: <https://www.texaid.at/at/ueber-texaid/historie.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- TEXAID, s.a. d. Professionelle Sammlung. Verfügbar in: <https://www.texaid.at/at/produkte-leistungen/sammlung.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- TEXAID, s.a. e. PACKMEE. Verfügbar in: <https://www.packmee.at> (Zugriff am 14.10.2022)
- TEXAID, s.a. f. Restanten. Verfügbar in: <https://www.texaid.at/at/produkte-leistungen/restanten.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- TEXAID Schweiz, 2022. Mitarbeiter Marketing Retail Solutions mit Teamassistenz – Stelleninserat. Verfügbar in: [https://www.texaid.ch/de/karriere/stellen.html?file=files/texaid/inhalte/schattdorf/2022\\_Mitarbeiter%20Marketing%20Retail%20Solutions%20mit%20Teamassistenz\\_Stelleninserat.pdf](https://www.texaid.ch/de/karriere/stellen.html?file=files/texaid/inhalte/schattdorf/2022_Mitarbeiter%20Marketing%20Retail%20Solutions%20mit%20Teamassistenz_Stelleninserat.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Thomas, V., 2003. Demand and dematerialization impacts of second-hand markets: Reuse or more use? Journal of Industrial Ecology, 7(2), S. 65–78. <https://doi-10.100152aei01e2.pisces.boku.ac.at/10.1162/108819803322564352>
- Tragler, C., 2019. FACTSHEET. Altkleidersammlung in Österreich. Südwind/Clean Clothes Kampagne Österreich, Wien.
- UK House of Commons Environmental Audit Committee, 2019. Fixing fashion clothing consumption and sustainability. Verfügbar in: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmenvaud/1952/1952.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Umweltdachverband, 2022. Factsheet: Textilsammlung. Verfügbar in: <https://www.umweltdachverband.at/assets/Umweltdachverband/Publikationen/Eigene-Publikationen/2022/FS11-Abfallsammlung-converted-final.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- Universität Duisburg Essen, s.a. Business Model Canvas. Verfügbar in: <https://www.uni-due.de/innovationhub/downloads.php> (Zugriff am 14.10.2022)



- Vandeputte, A., Lemahieu, V., Van Rumst, T., Pauwels, H., Wagendorp, T., Poelmans, E., Blondeel, J., Willem, M., 2015. How to start a Re-use Shop? An overview of more than two decades of re-use in Flanders. Mechelen: OVAM. Verfügbar in: <https://ovam-english.vlaanderen.be/documents/177280/797580/How+to+start+a+Re-use+Shop.+An+overview+of+more+than+two+decades+of+re-use+in+Flanders.pdf/b79b91a9-1756-609b-934f-45d111807c32?version=1.0&t=1647346436931&download=true> (Zugriff am 14.10.2022)
- Virta, L. und Räisänen, R., 2021. Three Futures Scenarios of Policy Instruments for Sustainable Textile Production and Consumption as Portrayed in the Finnish News Media. *Sustainability*, 13, 594. <https://doi.org/10.3390/su13020594>
- Volk, S., 2022. Wirtschaftliche Angelegenheiten in der Abfallwirtschaft & im Stoffstrommanagement der MA 48. Mündliche Mitteilung vom 01.06.2022, Zoom.
- Volkshilfe Solidarität, 2021. Volkshilfe Jahresbericht 2020. Verfügbar in: [https://www.volkshilfe.at/fileadmin/user\\_upload/Media\\_Library/PDFs/Jahresberichte/VH\\_Jahresbericht\\_2020\\_A4\\_8seitig\\_WEB\\_AKTUELL.pdf](https://www.volkshilfe.at/fileadmin/user_upload/Media_Library/PDFs/Jahresberichte/VH_Jahresbericht_2020_A4_8seitig_WEB_AKTUELL.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Volkshilfe Wien, 2022. Organigramm. Verfügbar in: [https://www.volkshilfe-wien.at/wp-content/uploads/2022/07/VHW\\_organigramm\\_Ueberarbeitung\\_260722.pdf](https://www.volkshilfe-wien.at/wp-content/uploads/2022/07/VHW_organigramm_Ueberarbeitung_260722.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Volkshilfe Wien, 2020a. Second-Hand-Shops. Verfügbar in: <https://www.volkshilfe-wien.at/arbeitsbeschäftigung-titel-tbd/sozialökonomischer-betrieb-soeb/second-hand-shops/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Volkshilfe Wien, 2020b. Sozialökonomischer Betrieb SÖB. Verfügbar in: <https://www.volkshilfe-wien.at/arbeitsbeschäftigung-titel-tbd/sozialökonomischer-betrieb-soeb/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Volkshilfe Wien, 2020c. Alttextiliengroßhandel. Verfügbar in: <https://www.volkshilfe-wien.at/arbeitsbeschäftigung-titel-tbd/sozialökonomischer-betrieb-soeb/alttextilgroshandel/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Volkshilfe Wien, 2020d. Über uns. Verfügbar in: <https://www.volkshilfe-wien.at/uber-uns/uber-uns/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Volkshilfe Wien, 2020e. Geschichte. Verfügbar in: <https://www.volkshilfe-wien.at/uber-uns/geschichte/> (Zugriff am 14.10.2022)
- Volkshilfe Wien, s.a. Containerstandplätze. Verfügbar in: [https://www.volkshilfe-wien.at/wp-content/uploads/2020/11/Containerstandplaetze\\_Volkshilfe-Wien.pdf](https://www.volkshilfe-wien.at/wp-content/uploads/2020/11/Containerstandplaetze_Volkshilfe-Wien.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Volkshilfe Wien Shop, 2022. Häufig gestellte Fragen. Verfügbar in: <https://shop.volkshilfe-wien.at/pages/haufig-gestellte-fragen> (Zugriff am 14.10.2022)
- Von Bahr, J., Nyblom, A., Ekholm, H.M., Bauer, B. und Watson, D., 2019. Policies supporting reuse, collective use and prolonged life-time of textiles. *Mistra Future Fashion*.
- Von Gries, N., 2019. Ressourceneinsparpotenziale der „Vorbereitung zur Wiederverwendung“ von Elektro- und Elektronikgeräten. Eine vergleichende Analyse in Flandern und Nordrhein-Westfalen. Dissertation. Kassel: Fachbereich Bauingenieur- und Umweltingenieurwesen, Universität Kassel. Verfügbar in: [https://kobra.uni-kassel.de/bitstream/handle/123456789/11906/kup\\_9783737608695.pdf?sequence=1](https://kobra.uni-kassel.de/bitstream/handle/123456789/11906/kup_9783737608695.pdf?sequence=1) (Zugriff am 14.10.2022)
- Vorarlberger Gemeindeverband, s.a. a. Der Vorarlberger Gemeindeverband. Verfügbar in: [https://www.gemeindeverband.at/ueber\\_uns/gemeindeverband](https://www.gemeindeverband.at/ueber_uns/gemeindeverband) (Zugriff am 14.10.2022)
- Vorarlberger Gemeindeverband, s.a. b. Re-Use. Verfügbar in: [https://www.gemeindeverband.at/Re-Use\\_2](https://www.gemeindeverband.at/Re-Use_2) (Zugriff am 14.10.2022)
- Wachter, L., 2022. Geschäftsführer der NÖ Umweltverbände. Mündliche Mitteilung vom 05.07.2022, Zoom.
- Watson, D., Trzepacz, S., Kiørboe, N., Elander, M., Ljungkvist Nordin, H., Lander Svendsen, N., und Wittus Skottfelt, S., 2020. Towards 2025: Separate Collection and Treatment of Used Textiles in 6 EU countries. Danish Environmental Protection Agency. Verfügbar in:

<https://www2.mst.dk/Udgiv/publications/2020/06/978-87-7038-202-1.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)

- Watson, D., Kiørboe, N., Palm, D., Tekie, H., Ekvall, T., Lindhqvist, T., Tojo, N., Salmenperä, H., Hanssen, O. J., Rubach, S., Lyng, K.-A., Gíslason, S., 2015. EPR-systems and new business models. Part II: Policy packages to increase reuse and recycling of textiles in the Nordic region. TemaNord. <http://dx.doi.org/10.6027/TN2015-514>
- Williams, I. und Shaw, P., 2017. Reuse: Fashion or future? *Waste Management*, 60, S. 1–2.
- Wilson, F. und Post, J. E., 2011. Business models for people, planet (& profits): exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation. *Small Business Economics*, 40, S. 715–737. DOI 10.1007/s11187-011-9401-0
- Wiprächtiger, M., Rapp, M., Hellweg, S., Shinde, R., Haupt, M., 2022. Turning trash into treasure. An approach to the environmental assessment of waste prevention and its application to clothing and furniture in Switzerland. *Journal of Industrial Ecology*, 26, S. 1389–1405. DOI: 10.1111/jiec.13275
- WKO, 2022. Factsheet Textilindustrie. Verfügbar in: <https://www.wko.at/branchen/industrie/textil-bekleidung-schuh-leder/factsheet-textilindustrie.html> (Zugriff am 14.10.2022)
- WKO, 2021. Die Berufsgruppen im Entsorgungs- und Ressourcenmanagement. Verfügbar in: [https://www.wko.at/branchen/information consulting/entsorgungs-ressourcenmanagement/Berufsgruppen.html#heading\\_Abfallsammler\\_und\\_\\_behandler](https://www.wko.at/branchen/information consulting/entsorgungs-ressourcenmanagement/Berufsgruppen.html#heading_Abfallsammler_und__behandler) (Zugriff am 14.10.2022)
- WRAP, 2019. Consumer Research for ECAP 2016-2019. Evaluation and Insights Report, 2019. Waste and Resources Action Programme, Banbury. Verfügbar in: <http://www.ecap.eu.com/wp-content/uploads/2019/12/Consumer-Research-for-ECAP.pdf> (Zugriff am 14.10.2022)
- WRAP, 2017. Valuing Our Clothes: the cost of UK fashion. Waste and Resources Action Programme. Verfügbar in: [https://wrap.org.uk/sites/default/files/2020-10/WRAP-valuing-our-clothes-the-cost-of-uk-fashion\\_WRAP.pdf](https://wrap.org.uk/sites/default/files/2020-10/WRAP-valuing-our-clothes-the-cost-of-uk-fashion_WRAP.pdf) (Zugriff am 14.10.2022)
- Xie, X., Yan Hong Y., Zeng, X., Dai, X., Wagner, M. 2021. A Systematic Literature Review for the Recycling and Reuse of Wasted Clothing. *Sustainability*, 13, 13732.
- Zauner, L., 2022. Social-Media-Managerin von HUMANA People to People Austria. Mündliche Mitteilung vom 15.06.2022, Wien.
- Zacune, J., 2013. Less is more. Resource efficiency through waste collection, recycling and reuse of aluminium, cotton and lithium in Europe. GLOBAL 2000 Verlagsges.m.b.H., Wien.
- Zajko, K. und Hojnik, B., 2014. Key factors of starting up and developing reuse centres. *Business Management Dynamics*, 4(6), 14-25.
- Zamani, B., Sandin, G., Peters, G.M., 2017. Life cycle assessment of clothing libraries: Can collaborative consumption reduce the environmental impact of fast fashion? *Journal of Cleaner Production*, 162, S. 1368–1375. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.128>
- Zimmer, D., Hottgenroth, R., Klinger, A., Weckert, P., Lange, D., Gebken, W., Nagel, B., Danne, M., Neubauer, A., 2018. Die Praxis der Wiederverwendung – Handlungsoptionen öffentlich-rechtlicher Entsorger. Berlin: Verband kommunaler Unternehmen e.V. (VKU).
- Zöhrer, L., 2022. Unit- und HR-Managerin von HUMANA People to People Austria. Mündliche Mitteilung vom 15.06.2022, Wien.

# Abkürzungsverzeichnis

|       |                                                                                                 |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AMS   | Arbeitsmarktservice                                                                             |
| ASZ   | Altstoffsammelzentrum                                                                           |
| AWG   | Abfallwirtschaftsgesetz                                                                         |
| AWV   | Abfallwirtschaftsverband                                                                        |
| BMF   | Bundesministerium für Finanzen                                                                  |
| BMK   | Bundesministerium für Klimaschutz,<br>Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und<br>Technologie |
| BMV   | Burgenländischer Müllverband                                                                    |
| bvse  | Bundesverband Sekundärrohstoffe und<br>Entsorgung e.V.                                          |
| B2B   | Business-to-Business                                                                            |
| B2C   | Business-to-Consumer                                                                            |
| C2C   | Consumer-to-Consumer                                                                            |
| EEA   | European Environment Agency                                                                     |
| EPR   | Extended Producer Responsibility                                                                |
| EU    | Europäische Union                                                                               |
| NÖ    | Niederösterreich                                                                                |
| ÖRK   | Österreichisches Rotes Kreuz                                                                    |
| PRO   | Producer Responsibility Organisation                                                            |
| RKB   | Rotes Kreuz Burgenland                                                                          |
| SBK   | Soziale Betriebe Kärnten                                                                        |
| Stmk. | Steiermark                                                                                      |
| TAWV  | Tiroler Abfallwirtschaftsverein                                                                 |
| RKNÖ  | Rotes Kreuz Niederösterreich                                                                    |
| UDB   | Umweltdienst Burgenland GmbH                                                                    |
| VzW   | Vorbereitung zur Wiederverwendung                                                               |

# Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabelle 1: Österreichische Abfallverbände (Eigene Darstellung nach Das Land Steiermark s.a. a; Land Salzburg, s.a.; Die NÖ Umweltverbände s.a. a; BMV s.a. a; BMV s.a. b; TAWV s.a.; Vorarlberger Gemeindeverband s.a. a; OÖ Landesverband s.a. a; Abfallwirtschaftsverbände Kärnten 2020; Österreich gv 2021; BMK 2022; Volk 2022)..... | 12  |
| Tabelle 2: Schlüsselmaßnahmen der Textilstrategie (Eigene Darstellung nach European Commission 2020, 6; European Commission 2022a, 2).....                                                                                                                                                                                               | 16  |
| Tabelle 3: Konkrete Ziele und Maßnahmen zum Schwerpunkt „Textilien und Bekleidung“ der österreichischen Kreislaufwirtschaftsstrategie mit Fokus auf Re-Use (Eigene Darstellung nach BMK 2021b, 36f) .....                                                                                                                                | 18  |
| Tabelle 4: Details zur Durchführung der leitfadengestützten Expert:inneninterviews betreffend Organisation, Expert:innen, Rolle, Interviewort, Datum und Dauer (in Minuten) in tabellarischer Form (Eigene Darstellung).....                                                                                                             | 20  |
| Tabelle 5: Intensitätsstufen kommunaler Förderung von Wiederverwendungs- und VzW-Initiativen (Eigene Darstellung nach Zimmer et al. 2018, 16) .....                                                                                                                                                                                      | 23  |
| Tabelle 6: Gegenüberstellung der ausgewählten kommunalen Organisationen und Re-Use-Initiativen der MA 48, NÖ Umweltverbände und BMV (Eigene Darstellung) .....                                                                                                                                                                           | 39  |
| Tabelle 7: Überblick kommunaler Re-Use-Aktivitäten in Österreich (Eigene Darstellung nach Vorarlberger Gemeindeverband s.a. b; Das Land Steiermark, s.a. b; OÖ Landesverband s.a. b, Klagenfurt 2019; SBK s.a.; Stadt Villach s.a.; Noamol s.a.; Arbeit Plus s.a. a; Arbeit Plus s.a. b) .....                                           | 41  |
| Tabelle 8: Gegenüberstellung der ausgewählten privatwirtschaftlichen Organisationen ÖPULA, FCC Textil2Use und TEXAID (Eigene Darstellung) .....                                                                                                                                                                                          | 54  |
| Tabelle 9: Gegenüberstellung der ausgewählten karitativen Organisationen RepaNet, HUMANA, Caritas, Rotes Kreuz und Volkshilfe (Eigene Darstellung).....                                                                                                                                                                                  | 79  |
| Tabelle 10: Vor- und Nachteile der Standortstrategien von Re-Use-Shops in Verbindung mit Altstoffsammelzentren, Einkaufsstrassen oder Gewerbeparks (Eigene Darstellung nach Meissner 2022) .....                                                                                                                                         | 86  |
| Tabelle 11: Werbemöglichkeiten und Beispiele für Re-Use-Organisationen (verändert nach Meissner et al. 2021, 40f; Zimmer et al. 2018).....                                                                                                                                                                                               | 87  |
| Tabelle 12: Schwierigkeiten für die Wiederverwendung von Alttextilien und Gebrauchtkleidung für Organisationen (Eigene Darstellung nach Volk 2022; Meissner 2022; Kraxner 2022; Kepplinger-Past 2022; Schlögl 2022, Zauner 2022; Zöhrer 2022, Neitsch 2022, Wachter 2022) .....                                                          | 88  |
| Tabelle 13: Übersicht verschiedener Indikatoren (inkl. Einheiten) zur Messung des Re-Use-Erfolges. Kilogramm (kg), Einwohner:in (EW), Jahr (a) (Eigene Darstellung nach Gsell et al. 2019; European Environment Agency 2021; McQuibban et al. 2021) .....                                                                                | 95  |
| Tabelle 14: Erfolgsfaktoren für Organisationen, die Teil des Re-Use-Prozesses von Gebrauchtkleidung und Alttextilien sind (Eigene Darstellung nach Zimmer et al. 2018; Volk 2022; Schlögl 2022; Angelini et al. 2021; Wachter 2022; Meissner 2022; Neitsch 2022; Meissner et al. 2021) .....                                             | 100 |
| Tabelle 15: Vergleich der organisatorischen Re-Use-Tätigkeiten der drei Sektoren (Eigene Darstellung).....                                                                                                                                                                                                                               | 103 |
| Tabelle 16: Erfolgsfaktoren des Re-Use-Netzwerkes „de kringwinkel“ (Eigene Darstellung nach Cools und Oosterlynck 2015; Vandeputte et al. 2015; Blondeel 2017; Von Gries 2019; Meissner et al. 2021; Wagendorp 2014 zit. nach Meissner und Maislinger 2021; Neitsch 2022; Meissner 2022; De Kringwinkel s.a.).....                       | 106 |
| Abbildung 1: Behandlung der in Österreich erzeugten Textilabfälle, Referenzjahr 2018, in Tonnen (t) (Bernhardt et al. 2022, 11).....                                                                                                                                                                                                     | 7   |
| Abbildung 2: Stoffstrombild für die Abfallart „Stoff- und Gewebereste, Altkleider“ (SN 58107), Referenzjahr 2018, in Tonnen (t), Jahr (a) (Bernhardt et al. 2022, 109).....                                                                                                                                                              | 8   |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Abbildung 3: Europäische Abfallhierarchie (BAWP 2022, 14) .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 10 |
| Abbildung 4: Wege der Verlängerung der Nutzungsdauer eines Textilproduktes durch Abfallvermeidung und Vorbereitung zur Wiederverwendung im Abfallregime (verändert nach Neitsch et al. 2010, 21) .....                                                                                                                                                                                                                                                       | 10 |
| Abbildung 5: Organisationslandschaft mit weichen Grenzen betreffend dem Kategorisierungsgrad Einkommen und Zweck (Wilson und Post 2011, 719) .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 14 |
| Abbildung 6: Input- und Outputmengen des österreichischen Re-Use-Sektors, Referenzjahr 2021, in Tonnen (t) (RepaNet 2022, 17). .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 15 |
| Abbildung 7: Zehn Grundsätze der Kreislaufwirtschaft in Österreich (BMK 2021b, 17) .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 17 |
| Abbildung 8: Erklärung und Fragen der neun Geschäftsmodellbausteine des Business Model Canvas in grafischer Darstellung (verändert nach Universität Duisburg Essen s.a., 1) .....                                                                                                                                                                                                                                                                            | 21 |
| Abbildung 9: Grafische Darstellung der Wege der getrennt erfassten Alttextilien des kommunalen Akteurs MA 48 ausgehend von Vornutzer:innen (Eigene Darstellung nach Volk 2022) .....                                                                                                                                                                                                                                                                         | 25 |
| Abbildung 10: Business Model Canvas für den kommunalen Akteur „Magistratsabteilung 48 (MA 48)“ der Stadt Wien, Betreiber des Altwarenmarkts „48er-Tandler“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011) .....                                                                                                                                                                                                                                      | 27 |
| Abbildung 11: Wege in Niederösterreich ausgehend von Anbieter:innen/Vornutzer:innen der Gebrauchtkleidung auf der „So gut wie Neu“-Plattform (Abfallvermeidung) und getrennt erfassten Alttextilien (Vorbereitung zur Wiederverwendung) in der Kommune Melk, der „So gut wie Neu“-Boxen bei ausgewählten Altstoffsammelzentren (ASZ) und der Kommune Schwechat (Eigene Darstellung nach Wachter 2022; Bartmann 2022; GVU Melk s.a.; AV Schwechat s.a.) ..... | 30 |
| Abbildung 12: Business Model Canvas für den kommunalen Akteur „Die NÖ Umweltverbände“, Betreiber der „So gut wie neu“-Plattform (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011) .....                                                                                                                                                                                                                                                                 | 33 |
| Abbildung 13: Faltbare und verschließbare Re-Use-Box aus Karton des BMVs (BMV s.a. c, s.p.) .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 35 |
| Abbildung 14: Wege der Kleiderspenden (Abfallvermeidung) und getrennt erfassten Alttextilien (Vorbereitung zur Wiederverwendung) im Burgenland durch das Re-Use-Netzwerk Burgenland und das Rote Kreuz (Eigene Darstellung nach ORF Burgenland 2021; Schlögl 2022; BMV s.a. a; BMV s.a. c; Rotes Kreuz Burgenland s.a.) .....                                                                                                                                | 36 |
| Abbildung 15: Business Model Canvas für den kommunalen Akteur „BMV“, Impulsgeber und Koordinator des Vereins „Re-Use-Netzwerk Burgenland“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011) .....                                                                                                                                                                                                                                                       | 38 |
| Abbildung 16: Übersicht der Re-Use-Netzwerke bzw. -Aktivitäten in Österreich initiiert von Kommunen oder Städten. ASZ = Altstoffsammelzentrum (verändert nach Meissner 2015). .....                                                                                                                                                                                                                                                                          | 42 |
| Abbildung 17: Altkleidersammelcontainer der Firma ÖPULA in Kooperation mit Kolping (Eigene Aufnahme) .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 44 |
| Abbildung 18: Wege der getrennt erfassten Alttextilien (Vorbereitung zur Wiederverwendung) durch die Firma ÖPULA in Verbindung mit karitativen Organisationen und Abfallwirtschaftsverbänden (Eigene Darstellung nach ÖPULA s.a. b; ÖPULA s.a. c; ÖPULA s.a. d; ÖPULA s.a. e; ORF Burgenland 2021) .....                                                                                                                                                     | 45 |
| Abbildung 19: Business Model Canvas für den privatwirtschaftlichen Akteur „ÖPULA Rohstoff-Recycling GmbH“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011) .....                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 46 |
| Abbildung 20: Partner, Geschäftsmodell und Aufgaben des privatwirtschaftlichen Alttextilsammelunternehmens FCC Textil2Use GmbH (Eigene Darstellung nach Kraxner 2022) .....                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 47 |
| Abbildung 21: Business Model Canvas für den privatwirtschaftlichen Akteur „FCC Textil2Use GmbH“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011) .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 49 |
| Abbildung 22: Entleerung der TEXAID-Sammelcontainer durch einen Mitarbeiter (TEXAID s.a. d, s.p.) .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 51 |
| Abbildung 23: Materialstoffströme von der Sammlung (inkl. Zukäufe) bis zum Re-Use und zur Verwertung aller Gesellschaften von TEXAID in Tonnen (t) Textilien und Prozentanteile im Jahreszeitraum 2017 (verändert nach TEXAID 2017, 24) .....                                                                                                                                                                                                                | 52 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abbildung 24: Business Model Canvas für den privatwirtschaftlichen Akteur „TEXAID“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011) .....                                                                                                                                                  | 53  |
| Abbildung 25: Gegenüberstellung der Input- und Outputmengen in Tonnen (t) der RepaNet-Mitglieder aus dem Jahr 2021 für Alttextilien, Elektroaltgeräte und sonstige Warengruppen (RepaNet 2022, 15). .....                                                                                        | 58  |
| Abbildung 26: Business Model Canvas für den karitativen Akteur „RepaNet“, Betreiber der gemeinnützigen E-Commerce-Plattform „WIDADO“. Darstellung der Informationen zu RepaNet allgemein in grau und Informationen zu WIDADO in grün (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011)..... | 60  |
| Abbildung 27: Textilsammlung bei HUMANA Österreich (HUMANA s.a. c, s.p.).....                                                                                                                                                                                                                    | 62  |
| Abbildung 28: Umsatzerlöse und Kostenaufteilung für das Jahr 2020 (HUMANA 2021, s.p.) .....                                                                                                                                                                                                      | 63  |
| Abbildung 29: Business Model Canvas für den karitativen Akteur „HUMANA“, Betreiber von Secondhandshops und eines Onlineshops (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011) .....                                                                                                        | 65  |
| Abbildung 30: Carla-Standorte (blau) und Carla-Shop-Standorte (pink) in Niederösterreich (Caritas St. Pölten & NÖ-West 2018, 1).....                                                                                                                                                             | 67  |
| Abbildung 31: Prozentuelle Anteile der Behandlungswege der Kleiderspenden der Caritas Vorarlberg (Caritas Vorarlberg 2014, 3).....                                                                                                                                                               | 69  |
| Abbildung 32: Business Model Canvas für den karitativen Akteur „Caritas Österreich“, Betreiber von Secondhandshops namens „Carla“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011).....                                                                                                    | 70  |
| Abbildung 33: Wege der Gebrauchtkleidung (Kleiderspende) beim Roten Kreuz Landesverband Niederösterreich ausgehend von Spender:innen (Eigene Darstellung nach Kepplinger-Past 2022). .....                                                                                                       | 72  |
| Abbildung 34: Business Model Canvas für den karitativen Akteur „Rotes Kreuz Niederösterreich“, Betreiber von Secondhandshops namens „Henry Laden“ (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011) .....                                                                                   | 74  |
| Abbildung 35: Wege der Gebrauchtkleidung (Kleiderspende) und Alttextilien bei der Volkshilfe Wien ausgehend von Spender:innen bzw. Nutzer:innen (Eigene Darstellung nach Volkshilfe Wien 2020a; Tragler 2019; Der Standard 2020; Volkshilfe Wien 2020c).....                                     | 76  |
| Abbildung 36: Business Model Canvas für den karitativen Akteur „Volkshilfe“, Betreiber von Volkshilfe-Shops und eines Onlineshops (Eigene Darstellung nach Osterwalder und Pigneur 2011) .....                                                                                                   | 78  |
| Abbildung 37: Aufgaben entlang der Wertschöpfungskette von der Sammlung bis zum Verkauf einer Gebrauchtware (verändert nach Meissner 2014b zit. nach Meissner et al. 2021, 31) .                                                                                                                 | 84  |
| Abbildung 38: Konzeptionsphasen des Marketings (Bühler et al. 2019, 4).....                                                                                                                                                                                                                      | 87  |
| Abbildung 39: Die Rolle von Kreislaufwirtschaftsmodellen (Circular Business Models), politischen Maßnahmen (Policy Options), sowie Bildung und Verhaltensänderungen (Education & Behavioural Change) in zirkulären Textilsystemen (Manshoven et al. 2019, 28) .....                              | 93  |
| Abbildung 40: Wege der getrennt erfassten Altkleidung in Österreich (Eigner 2016, 109) .                                                                                                                                                                                                         | 105 |

# Anhang: Interviewleitfaden

## Methode:

Qualitative halbstandardisierte (leitfadengestützte) Experteninterviews persönlich oder per Videokonferenz z.B. via Zoom; Dauer ca. 45-60 Minuten pro Interview; anschließende Transkription, Auswertung und qualitative Inhaltsanalyse.

## Zielgruppen und Interviewpersonen:

Expert:innen aus dem kommunalen, privatwirtschaftlichen und karitativen Sektor, die sich mit gebrauchter Kleidung bzw. mit dem Abfallstrom Alttextilien bzw. Textilabfälle und/oder Re-Use beschäftigen

## Untersuchungsfragen:

1. Wie funktionieren ausgewählte österreichische Organisationen des kommunalen, privatwirtschaftlichen und karitativen Sektors, die Teil des Re-Use-Prozesses von gebrauchter Kleidung bzw. Alttextilien sind und durch welche Merkmale charakterisieren und unterscheiden sich ihre Organisationsmodelle?
2. Welche Vorteile, Potentiale, Aufgaben und Herausforderungen bestehen für diese Organisationen?
3. Welche Strukturen (Erfolgsfaktoren) sind notwendig, um optimale Rahmenbedingungen für die Förderung von Re-Use-Tätigkeiten in Österreich zu schaffen?

## Sachthemen (thematische Felder):

- A) Beschreibung des Ist-Zustandes: Funktionsweise, Organisationsmodelle, -strukturen, -abläufe, -aufgaben, Sammelmengen, Kooperationen
- B) Optimale Rahmenbedingungen: intern & extern, Erfolgsfaktoren, Erfolgswirkung, Hindernisse, Förderungen, Vorteile, Grenzen, Herausforderungen
- C) Erwartungen / Prognosen an zukünftigen Entwicklungen

## Einstieg:

Begrüßung und Dank für die Zeit, kurze Beschreibung des Interviewablaufs und der ungefähren Dauer, Datenschutzvereinbarung (Einverständnis zur Aufnahme).

- Was ist Ihre Rolle und was gehört zu Ihren Aufgaben innerhalb Ihrer Organisation?
- Wie bewerten Sie den Status Quo der Wiederverwendung von Alttextilien in Österreich?

## **A) Beschreibung des Ist-Zustandes**

### Leitfragen (Haupt- und Nebenfragen)

- Dürfte ich Sie bitten, mir zu Beginn Ihre Organisation vorzustellen?
  - Struktur, Aufbau
  - Geschäftsmodell
  - Haupttätigkeiten in Zusammenhang mit Alttextilien/gebrauchter Kleidung

## **Schlüsselaktivitäten/Werteangebot**

Wie läuft die Sammlung von Alttextilien in Ihrer Organisation ab?

- Welche Methoden und Konzepte werden angewandt?
- Führen Sie die Sammlung selbstständig oder in Zusammenarbeit mit anderen Akteur:innen durch?
- Wie viel Tonnen Alttextilien sammeln Sie durchschnittlich pro Jahr (z.B. 2021)?
- Zu welchem Anteil wird die Kleidung einer Wiederverwendung zugeführt? Rest?

- Was passiert mit den anfallenden Textilmengen nach der Sammlung? Können Sie mir bitte den Prozess von der Sortierung bis zum Verkauf beschreiben?
  - Sortieren Sie die Alttextilien selbst und verwerten diese oder geben Sie sie direkt an Sortierbetriebe ab? Nach welchen Kriterien läuft die Sortierung ab? Qualitätskategorien?
  - Eventualfragen: Mit welchen Sortierbetrieben stehen Sie in Verbindung? Aus welchen Ländern stammen die Betriebe (Österreich/Ausland)?
  - Wie viel Tonnen Alttextilien exportieren Sie durchschnittlich?

### **Schlüsselressourcen**

- Was sind Schlüsselressourcen, damit die Wiederverwendung bzw. der Wiederverkauf also Ihr Geschäftsmodell funktioniert?

### **Beziehungen/Schlüsselpartner**

- In welcher Beziehung stehen Sie zu privaten Abfallunternehmen, Kommunen und/oder karitativen Organisationen?
  - Gibt es Kooperationen, wenn ja welche? Seit wann?
  - Welche Motivationen gibt es mit einem anderen Akteur zusammenzuarbeiten?
  - Was sind für Sie Erfolgsfaktoren und was Hindernisse bei der Zusammenarbeit?

### **Einnahmequellen**

- Wodurch beziehen Sie Ihre Einnahmequellen? (Verkauf, Lizenzen, Mietgliedsgebühren)
- Welchen Preisgestaltungsmechanismus verfolgen Sie bei Secondhand-Textilien im 48er-Tandler?
- Welche erzielbaren Erlöse kann man mit dem Verkauf von Alttextilien generieren (€/t)?
  - Wie werden die beim Verkauf von Alttextilien generierten Erlöse eingesetzt?

### **Kostenstruktur**

- Welche Ausgaben bzw. welchen Aufwand haben Sie beim Umgang mit Alttextilien/gebrauchter Kleidung?
- Wie viel kostet Ihnen das Sammeln, Sortieren, der Zukauf bzw. Verkauf von gesammelten Alttextilien (pro Tonne)?
  - Löhne, Gehälter, Mieten, Betriebsmittel (fixe Kosten)?
  - Was sind variable Kosten beim Re-Use von Alttextilien?

### **Kundensegmente/Kanäle**

- Beschreiben Sie mir bitte Ihre Zielgruppe, sowie Ihre wichtigsten Kund:innen (Personen, Organisationen)?
  - Über welche Kanäle erreichen Sie die Bevölkerung, um z.B. auf Ihre Sammeltätigkeit bzw. Re-Use von Kleidung (Werteangebot) aufmerksam zu machen?
  - Welche Möglichkeiten haben Kund:innen Ihre Produkte/Dienstleistungen zu kaufen? (online/offline)
  - Auf welche Kampagnen oder Maßnahmen setzen Sie in Bezug auf die Bewusstseinsbildung?



## **B) Optimale Rahmenbedingungen beim Re-Use von Alttextilien**

### Leitfragen (Haupt- und Nebenfragen)

- Was ist Ihrer Meinung nach für den bisherigen Erfolg Ihrer Organisation bzw. Re-Use von Alttextilien verantwortlich?
- Welche internen sowie externen Strukturen sind beim Re-Use von Alttextilien von entscheidender Bedeutung?
  - Beschaffung bzw. Sammlung, Sortierung von Alttextilien, Lagerung bzw. dem Transport von Alttextilien, Verkauf von Secondhandkleidung, Finanzen
  - Welche Faktoren stärken die Öffentlichkeitsarbeit bzw. positive Bewusstseinsbildung innerhalb der Bevölkerung, wenn es um Secondhandkleidung geht?
  - Was sind Ihrer Meinung nach Hindernisse oder Schwierigkeiten für den Erfolg einer Re-Use-Organisation?
  - Wachstum von Re-Use-Tätigkeiten bzw. Wiederverwendungspotentialen?
  - Welche Aktivitäten sind das größte Hindernis für bessere Kundenbeziehungen bzw. höhere Wiederverwendungsraten?
  - Sortierung, Transport und Lagerung, Verkauf von Secondhandkleidung, Finanzen
  - Öffentlichkeitsarbeit bzw. Bewusstseinsbildung innerhalb der Bevölkerung?
- Wie bewerten Sie die Schaffung von Netzwerken und externer Unterstützung im Zusammenhang mit dem Erfolg von Re-Use-Organisationen (Austausch von Wissen; Vernetzung)?
- Welche Art von Standort, Umgebung und Umfeld ist förderlich und welche hinderlich für Re-Use-Organisationen?
  - Rechtlicher Rahmen bzw. soziopolitischer Kontext?
  - Struktur der Organisation? Wie ist sie organisiert?
  - Wie sieht es mit Konkurrenten aus?
  - Berücksichtigung verschiedener sozialer und kultureller Aspekte?
- Was wird aus Ihrer Perspektive benötigt, um Re-Use in Österreich zu stärken?
- Welche finanziellen Ressourcen werden Ihrer Meinung nach von Organisation benötigt, um den Anteil an wiederverwendeten Alttextilien zu erhöhen?
- Welche erfolgreichen Re-Use-Aktivitäten sind Ihnen aus anderen Ländern bekannt? Was denken Sie machen diese Organisationen anders im Vergleich zu Österreich?

## **C) Erwartungen / Prognosen an zukünftige Entwicklungen**

### Leitfragen

- Mit welchen Aussichten blicken Sie in die Zukunft in Bezug auf die Problematik Alttextilien in der Abfallwirtschaft? Stichwort: Kreislaufwirtschaftspaket, kommunale Quoten (Recyclingquoten)

### **Abschlussfrage:**

- Welche Anregungen oder Wünsche hätten Sie aus der Praxis zum Thema Förderung von Re-Use an die europäische und österreichische Gesetzgebung?

Beantworten von Fragen seitens der Interviewperson; Informieren über weitere Umgangsweise mit dem Interviewmaterial; Ergebnisse/Abschlussarbeit als Dankeschön für die Bereitschaft zum Gespräch anbieten.