Entrepreneurship Education

START DSP

Digital - Sustainable - Profitable



FALLSTUDIE

REPACK

Firmenname

RePack

Kategorie

Wiederverwendbare Verpackungen für E-Commerce-Unternehmen

Standort

Helsinki, Finnland

Website

https://www.repack.com/

Kreislaufverpackungen für skalierbare Wirkung

* Hinweis zur Abfallvermeidung: Bitte drucken Sie dieses Dokument in Graustufen oder Schwarz-Weiß statt in Farbe aus. Bitte drucken Sie beidseitig (Duplex) und, wenn möglich, mehrere Folien oder Seiten auf einer Seite.

www.start-dsp.eu

This resource is licensed under CC BY 4.0

Co-funded by the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or Deutscher Akademischer Austauschdienst e.V., Nationale Agentur für Erasmus+ Hochschulzusammenarbeit. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Einleitung

RePack wurde 2011 in Helsinki gegründet und ist ein auf Kreislaufwirtschaft spezialisiertes Verpackungsunternehmen, dessen Ziel es ist, **Einwegabfälle im E-Commerce** zu **beseitigen**, **indem wiederverwendbare Verpackungen zur Norm werden** (Circle Economy, o. J.). RePack entwickelt langlebige Mehrwegverpackungen und betreibt ein integriertes digitales Rückgabesystem, das es Kunden ermöglicht, leere Verpackungen über nationale Postnetze zurückzusenden. RePack ist ein Beispiel dafür, wie europäische KMU **ökologische, digitale und inklusive Werte** in eine schlüssige, zweckorientierte Erzählung einbetten können, die bei Einzelhändlern, Verbrauchern und politischen Entscheidungsträgern Anklang findet (Bocken et al., 2014).

Umweltauswirkungen

Herkömmliche E-Commerce-Verpackungen tragen erheblich zur Zunahme von Deponieabfällen und zu CO_2-Emissionen bei. RePack begegnet dieser Herausforderung mit Verpackungen, die für **20 bis 50 Wiederverwendungszyklen** ausgelegt sind und den Abfall pro Paket im Vergleich zu Einwegalternativen drastisch reduzieren (Circle Economy, o. J.). Durch die Optimierung von Kundenrücksendungen und die Schaffung von Anreizen zur Teilnahme mittels Rabattgutscheinen hält RePack Verpackungen im Kreislauf und senkt die CO_2-Emissionen über den gesamten Lebenszyklus um bis zu **80 %** (RePack, o. J.). Damit stellt das Unternehmen ökologische Nachhaltigkeit als **zentralen betrieblichen Wert** in den Vordergrund, ganz im Sinne der Archetypen zirkulärer Geschäftsmodelle (Bocken et al., 2014).

Technologische Innovation

RePack betrachtet sein Geschäftsmodell zudem aus **digitaler und technologischer Perspektive**. Das Verpackungssystem wird durch eine digitale Plattform unterstützt, die die Nachverfolgung, die Wiederverwendungszyklen, Kundenbenachrichtigungen und die Berichterstattung über die Auswirkungen verwaltet (Fondazione Carta Etica Packaging, o. J.). Dieses digitale Rückgrat ermöglicht eine präzise Überwachung, eine kosteneffiziente Koordination und eine nahtlose Integration mit den wichtigsten E-Commerce-Plattformen – ganz im Sinne der von Nambisan (2017) dargelegten Prinzipien des digitalen Unternehmertums. Das Ergebnis ist eine skalierbare Infrastruktur, die es ermöglicht, Kreislaufverpackungen grenzüberschreitend und unabhängig von der Größe der Einzelhändler einzusetzen.

Soziale Inklusion und Gerechtigkeit

Im Mittelpunkt der Mission von RePack stehen **Barrierefreiheit und Inklusion**. KMU, die bei der Einführung nachhaltiger Verpackungen oft mit Kostenbarrieren konfrontiert sind, können das kostengünstige Modell von RePack nutzen, anstatt in teure Alternativen zu investieren. Gleichzeitig arbeitet RePack mit Sozialunternehmen zusammen, um die Reinigung und Aufbereitung zu gewährleisten, wodurch lokale Beschäftigungsmöglichkeiten geschaffen werden (Floship, 2021). Dies spiegelt die Argumentation von George et al. (2021) wider, dass inklusive Geschäftsmodelle die Legitimität stärken und gleichzeitig gesellschaftliche Herausforderungen angehen.

Storytelling mithilfe des „Story Spine“

Die Erzählung von RePack passt eindeutig zur „Story Spine“-Struktur von Egri (2003). **Es war einmal eine Zeit**, in der der E-Commerce auf Einwegverpackungen setzte, was enorme Abfallmengen verursachte. **Jeden Tag** trug dies zum Wachstum der Deponien und zu Emissionen bei. **Bis** RePack **eines Tages** ein wiederverwendbares Verpackungssystem einführte, **das** durch digitale Rücksendungen unterstützt wird. **Dadurch** konnten Einzelhändler und Verbraucher Abfall und CO_2-Emissionen drastisch reduzieren. **Schließlich** strebt RePack eine Zukunft an, in der Kreislaufverpackungen die Norm sind. Diese Erzählung schafft ein Gleichgewicht zwischen Logik, Werten und Emotionen und zeigt, wie nachhaltigkeitsorientierte KMU überzeugende Geschichten gestalten können (Denning, 2005).

Lehren für Start-ups

RePack zeigt, wie KMU Legitimität und Skalierbarkeit aufbauen können, indem sie **Nachhaltigkeit, Technologie und Inklusion** in ihre Kernbotschaft integrieren. Durch Partnerschaften mit Einzelhändlern jeder Größe und die Ausrichtung auf europäische Kreislaufwirtschaftsziele verdeutlicht RePack die Bedeutung **der Zusammenarbeit innerhalb eines Ökosystems**. Vor allem aber zeigt die Geschichte des Unternehmens, dass eine gut konzipierte Botschaft – gestützt auf nachgewiesene Umweltvorteile und eine digitale Infrastruktur – Kunden, Investoren und Regulierungsbehörden mobilisieren kann, während man gleichzeitig der eigenen Mission und den eigenen Werten treu bleibt.

Literaturverzeichnis

Circle Economy. (o. J.). *RePack: Wiederverwendbare Verpackungen für den E-Commerce*. https://knowledge-hub.circle-economy.com/article/23287

Fondazione Carta Etica Packaging. (o. J.). *Die Geschichte von RePack*. https://fondazionecartaeticapackaging.org/storie-di-etica/the-story-of-repack/

Floship. (2021). *RePack: Eine Lösung für das Verpackungsmanagement*. https://www.floship.com/blog/repack-a-solution-for-packaging-management-2/

RePack. (o. J.). *Auswirkungen auf die Umwelt*. https://www.repack.com/environmental-impact