

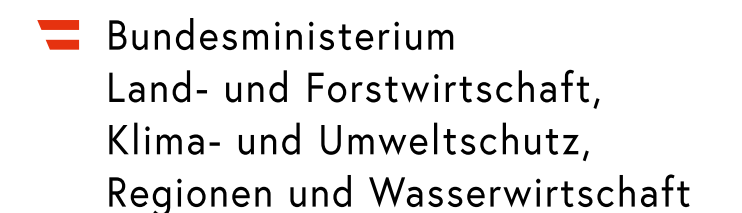
Willkommen beim respACT-Deep Dive

19.06.2026 | 8:30 – 11:30 Uhr | Impact Hub Vienna

Kreislaufwirtschaft wirksam kommunizieren

in Kooperation mit

unterstützt von



Agenda

1) Begrüßung & Einstieg - 8:30 Uhr

Alexander Fiedler (respACT) & Nadine Schratzberger (Circular Economy Forum Austria)

2) Impuls & Orientierung – 8:40 Uhr

Nadine Schratzberger (Circular Economy Forum Austria)

- Kreislaufwirtschaft & Rechtlicher Rahmen
- Kommunikation & Storytelling anhand von Praxisbeispielen

3) Pause – 9:00 Uhr

4) Arbeitsphase - 9:10 Uhr

- Arbeit an Produkten/Services mittels Sustainability Audit
- Entwicklung glaubwürdiger Kommunikations-Statements

5) Präsentation & Reflexion – 11:00 Uhr

6) Networking – 11:30 Uhr

respACT...

- Österreichs **führende Unternehmensplattform** für nachhaltiges Wirtschaften
- Mehr als 25 Jahre Nachhaltigkeitsgeschichte
- Über 460 Mitgliedsunternehmen

...steht für

- Vernetzung
- Wissensaufbau
- Wissensvermittlung



Definierte Themenfelder 2026



Biodiversität



**Digitale
Transformation & KI**



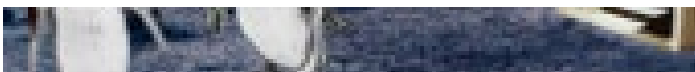
Klima & Energie



Kreislaufwirtschaft



**Reporting &
Lieferkette**



**Soziale Nachhaltigkeit
(DEI)**



respACT-Academy



E-Learning Kurse

Webinare

**Publikationen &
Factsheets**

respACT informiert

Ganzjähriger Überblick über alle Veranstaltungen

← Juni 2026 →

Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	01	02	03	04	05

heute

Unsere Veranstaltungen:

- **23.06.** [respACT-Webinar Resilienz in der globalen Lieferkette](#)
- **07.07.** [Kick-off respACT-Circle | Nachhaltigkeit in der Digitalisierung](#)
- **07.07.** [respACT-Lab: Resilienz in der globalen Lieferkette](#)
- **09.07.** [Business Lunch Kärnten: Industrie im Wandel – Strategien zur erfolgreichen Dekarbonisierung](#)
- **17.07.** [respACT-Barcamp: Digitale Transformation & KI](#)

Save-the-Date:

- **15.10.** [respACT-Talk Klima & Energie](#)
- **22.10.** [csrTAG](#)
- **17.11.** [respACT-CEO-Talk](#)

Impuls & Orientierung

Drei Leitfragen

1. Was bedeutet Kreislaufwirtschaft für Kund:innen?

Nicht nur Recycling, sondern Haltbarkeit, Reparatur, Wiederverwendung und bessere Kaufentscheidungen.

2. Was ändert die Consumer Directive?

Weniger Spielraum für vage Umweltclaims, mehr Fokus auf belegbare Produktinformation

3. Wie erzählt man zirkuläre Leistung wirksam?

Weniger „grün“, mehr konkrete, alltagsnahe und überprüfbare Aussagen.

27.09.2026

Ab diesem Datum müssen die Mitgliedstaaten die Regeln anwenden.

Quelle: Die Mitgliedstaaten müssen die Vorschriften bis 27. März 2026 umsetzen und sie ab 27. September 2026 anwenden, laut Richtlinie (EU) 2024/825.

Kreislaufwirtschaft in einem Satz



Nutzung verlängern

Langlebigkeit, Reparierbarkeit und Ersatzteile werden für Verbraucher:innen sichtbarer und relevanter.



Wiederverwendung stärken

Produkte sollen nicht vorschnell ersetzt, sondern länger genutzt, repariert und weitergegeben werden.



Kaufentscheidungen erleichtern

Die EU verbindet Kreislaufwirtschaft ausdrücklich mit besserer Verbraucherinformation am Point of Sale.

Was die Consumer Directive will

Schutz vor unfairen Praktiken

- Greenwashing soll eingedämmt werden.
- Umweltinformationen sollen verlässlich und überprüfbar sein.
- Nachhaltige Entscheidungen sollen einfacher werden.

Bessere Information vor dem Kauf

- Mehr Fokus auf Haltbarkeit und Reparierbarkeit.
- Klarere Verbraucherinformation am Point of Sale.
- Weniger Raum für unklare Nachhaltigkeitsbotschaften.

WAS SCHWIERIG WIRD

Vier rote Linien in der Kommunikation

1. Generische Umweltclaims

Aussagen wie „eco“ oder „umweltfreundlich“ ohne Nachweis sind ein zentrales Ziel der neuen Regeln.

2. Klimaaussagen nur über Offsetting

Behauptungen über neutrale oder positive Umweltwirkung aufgrund von Kompensation werden eingeschränkt.

3. Unklare Nachhaltigkeitslabel

Labels ohne anerkanntes Zertifizierungssystem oder öffentliche Grundlage geraten unter Druck.

4. Unbelegte Haltbarkeitsversprechen

Auch Versprechen zu Lebensdauer oder Reparierbarkeit müssen belastbar sein.

KOMMUNIKATION

Was stattdessen funktioniert

Spezifisch

Nicht „nachhaltig“,
sondern konkret:
reparierbar, längere
Garantie,
Ersatzteilservice,
Rücknahmeangebot

Produktnah

Aussagen sollten
sich auf ein klares
Produktmerkmal
beziehen, nicht auf
ein diffuses
Markenimage.

Belegbar

Die zentrale Frage
lautet: Können wir
das im Zweifel
zeigen, prüfen und
erklären?

Unternehmen, die es konkreter machen

Patagonia

Kommuniziert nicht nur „besser“, sondern bietet konkrete Reparaturwege: DIY-Guides, Store-Support und Einsendung an Reparaturzentren.

Zusätzlich nennt Patagonia kostenlose Reparaturen, einen Zeitrahmen von 4–6 Wochen.

refurbed

refurbed macht den Kreislaufnutzen sehr verständlich: mindestens 1 Jahr Garantie, 30 Tage Rückgabe und ein Refurbishment-Prozess in bis zu 40 Schritten.

Das ist stark, weil aus „generalüberholt“ ein sicheres, nachvollziehbares Kaufangebot wird.

GEA Waldviertler

GEA kommuniziert Reparatur als Teil des Produktversprechens: „keine Wegwerfprodukte“, Reparatur zu fairem Preis und Annahme im Laden oder direkt in Schrems.

Das zeigt sehr greifbar, wie Langlebigkeit und Service in eine Consumer Story übersetzt werden können.

TAKE-AWAYS

- Kreislaufwirtschaft muss für Verbraucher:innen verständlich werden, nicht nur für Fachleute.
- Die Consumer Directive macht vage Nachhaltigkeitskommunikation riskanter und konkrete Produktinformation wichtiger.
- Wirksames Storytelling heißt künftig: weniger Behauptung, mehr belegbarer Nutzen

Pause

Arbeitsphase

Gruppenarbeit: Sustainability Audit & Kommunikations-Check

- Was ist das Produkt, der Service oder der Prozess genau?
- Wer ist beteiligt und welcher Kreislaufnutzen entsteht?
- Was könnte noch besser oder wirkungsvoller werden?
- Wie würdet ihr das so formulieren, dass Kund:innen es sofort verstehen?

Produkt / Service / Prozess	Stakeholder / Kreislaufnutzen	USP / zirkulärer Mehrwert	Verbesserung / Kommunikation
generalüberholte Elektronik über einen Online-Marktplatz.	Kund:innen, Refurbisher, Verkäufer; Nutzen durch Wiederverwendung, kostenlose Rückgabe und geprüfte Qualität.	1 Jahr Garantie, 30 Tage Rückgaberecht, geprüfte Refurbished-Produkte.	„Gebrauchte Technik, die geprüft ist, mit mindestens 1 Jahr Garantie und 30 Tagen Rückgaberecht.“
reparierbare Schuhe und Reparaturservice.	Kund:innen, Läden, Werkstätten; Nutzen durch längere Nutzungsdauer statt Neukauf.	Reparatur zu fairem Preis, direkte Annahme im Laden oder Versand nach Schrems.	„Keine Wegwerfprodukte: Wir reparieren gerne und richten alles, was möglich und sinnvoll ist, zu einem fairen Preis.“
PET-Mehrwegflasche für Mineralwasser.	Konsument:innen, Handel, Produktion, Rücknahmesysteme; Nutzen durch Wiederverwendung und weniger Materialeinsatz.	Erste moderne PET-Mehrwegflasche für den österreichischen Markt, auf mindestens 12 Umläufe ausgelegt.	„Mehrweg statt Einweg: eine leichte, stabile PET-Flasche für den österreichischen Markt, die auf Wiederverwendung ausgelegt ist.“
Mehrweg-Pfandsystem für To-go-Getränke und Speisen.	Gastronomie, Kund:innen, Partnerbetriebe; Nutzen durch weniger Einwegverpackung und einfache Rückgabe.	Mehrweg statt Wegwerfverpackung, einfaches Pfandsystem.	„Mit dem Mehrwegpfandsystem können Getränke und Speisen mehrfach genutzt statt weggeworfen werden.“

Produkt / Service / Prozess Stakeholder / Kreislaufnutzen USP / zirkulärer Mehrwert Verbesserung / Kommunikation

Was ist das Produkt, der Service oder der Prozess genau?	Wer profitiert davon und wie?	Was ist der zirkuläre Mehrwert?	Wie lässt sich das klar und glaubwürdig kommunizieren?
	→	→	→
	→	→	→
	→	→	→

Vertiefung

- Was ist daran wirklich kreislauffähig?
- Was würde ein Konsument sofort verstehen?
- Welche Aussage wäre rechtlich oder kommunikativ zu vage?

Präsentation & Reflexion

Reflexion

- Welche Aussage würdet ihr nach diesem Audit wirklich noch in eine Kundenkommunikation schreiben?
- Würde eine Kundin den Nutzen sofort verstehen?
- Ist die Aussage konkret genug für den Marktauftritt?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Besuchen Sie uns gerne auf einer unserer **Veranstaltungen** oder bleiben Sie via **Newsletter** auf dem Laufenden. Alle Infos finden Sie auf www.respect.at.

Wir freuen uns auf Sie!

Kontakt

Alexander Fiedler
a.fiedler@respect.at

