



02.04.2024 11:28 CEST

Christoph Werner: Werte schaffen Wertschätzung

Liebe Leserin, lieber Leser,

wenn Sie ein Kind der 1980er-Jahre oder älter sind, womit haben Sie auf der Straße oft gekickt? Bei mir waren es häufig Getränkedosen, die in meiner Jugend in Karlsruhe oft herumlagen. Ich habe noch den scheppernden Klang in den Ohren, wenn wir damit auf der Straße Fußball spielten. Es ist allerdings ein Klang der Vergangenheit. Denn seit es die Pfandpflicht auf Getränkedosen in Deutschland gibt, liegen sie nur noch selten in der Landschaft.

Warum hat das Dosenpfand den Umgang mit Getränkedosen grundsätzlich verändert? Auf den ersten Blick wegen der 25 Cent, die bei der Abgabe von Getränkedosen zurückgezahlt werden. Grundsätzlicher betrachtet ist es die Tatsache, dass mit Einführung des Dosenpfands Getränkedosen nicht mehr wertloser Abfall sind. Durch das Pfand bekommen die Dosen einen Wert an sich und wir gehen sorgsamer mit ihnen um.

Wertstoffkreisläufe schließen sich nur dann effizient, wenn alle am Kreislauf Beteiligten einen Nutzen davon haben. Das gilt für Hersteller, Händler, Verbraucher, und Verwerter. Eine Bepfandung gibt einer Verpackung einen Wert über den Schutz des gekauften Produktes hinaus und verändert unser Verhalten als Konsumenten. Denn wer wirft schon etwas weg, wenn es noch einen Wert hat? Deshalb befürworte ich grundsätzlich ein Verpackungspfand, auch wenn es für die Einführung organisatorische Hürden zu meistern gilt.

Der springende Punkt ist, den Gegenständen, die sich durch Kreisläufe bewegen sollen, einen Wert zu geben. Denn erst durch ihren Wert findet Austausch statt, ohne dass Menschen von außen durch Strafandrohung dazu gezwungen werden müssen. Durch Werte entstehen Märkte, die von den Marktteilnehmern effizient organisiert werden. Der Gesetzgeber sorgt lediglich für den Rahmen, indem er beispielsweise eine Bepfandung und den Pfandwert festlegt. Die Organisation des Kreislaufs überlässt er den Marktteilnehmern, die situativ reagieren können.

Es lässt sich im Alltag immer wieder beobachten: Erst wenn wir den Dingen einen Wert geben, gehen wir wertschätzend mit ihnen um. Das gilt für die Kreislaufwirtschaft genauso wie für den Umgang miteinander. Zusammenarbeit gelingt dann am besten, wenn wir den Beitrag der Kollegin oder des Kollegen als wertvoll betrachten und nicht als beliebig. Kundenorientierung gelingt dann am besten, wenn wir die Kundin oder den Kunden nicht als austauschbar betrachten, sondern als menschliche Individualität, die wir ernst nehmen und für die wir einen Unterschied machen wollen.

Werte zu erkennen und sie zum Ausdruck zu bringen ist nach meiner Beobachtung ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg. Es ist unser Anliegen bei dm, das zu gewährleisten.

Herzlichst
Ihr Christoph Werner

Jeden Monat schreibt Christoph Werner im alverde Magazin über Themen, die ihn bewegen. Das alverde Magazin gibt es monatlich neu in Ihrem dm-Markt und online unter dm.de/alverde-magazin.

Zu dm-drogerie markt

Bei dm-drogerie markt arbeiten europaweit rund 90.000 Menschen in weit mehr als 4.000 Märkten. In 14 europäischen Ländern konnte dm im Geschäftsjahr 2023/2024 einen Umsatz von 17,74 Milliarden Euro erzielen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschafteten mehr als 60.300 dm-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter in Deutschland einen Umsatz von 12,47 Milliarden Euro. 2024 wählten Kundinnen und Kunden bei der Verbraucherumfrage Kundenmonitor dm erneut zum beliebtesten Drogeriemarkt. In der bundesweiten Mitarbeiterbefragung des Magazins stern und der Online-Marktforschungsplattform Statista zu „[Deutschlands Top-Arbeitgeber 2025](#)“ wurde dm zur Nummer eins gewählt. dm arbeitet stetig daran, seiner Verantwortung für nachhaltige Entwicklungen gerecht zu werden. Dieses Engagement wurde 2023 mit dem [Deutschen Nachhaltigkeitspreis](#) in der Kategorie „Unternehmen: Konsumgüter Einzelhandel 2024“ mit dem ersten Platz ausgezeichnet. Einen Einblick in die vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten in den unterschiedlichen Bereichen erhalten Sie in unserem neuen „[Bericht zur Zukunftsfähigkeit](#)“.

Kontaktpersonen



So erreichen Sie das dm-Presseteam

Pressekontakt

dm-pressestelle@arthen-kommunikation.de

+49 721 5592 1195



Herbert Arthen

Pressekontakt

Pressesprecher

herbert.arthen@dm.de

+49 721 5592 1195