

Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft und der Risikofaktor Klimawandel

Seit mehr als 45 Jahren ist die Transa Backpacking AG das Kompetenzzentrum für hochwertige Reise- und Outdoorausrüstung. CFO Pascal Heimberg im Funk-Interview.



Der Verein Trans-Sahara aus den 70ern wird zum bedeutendsten Schweizer Outdoor-Brand. Was müssen wir über diese Transformation wissen?

Damals gab es keine Ausrüster für Outdoor-Touren durch die Sahara. So hat Transa mit der Beschaffung und dem Verkauf von Expeditionsausrüstung begonnen. Nun sind wir vielmehr das führende Kompetenzzentrum für Reise- und Outdoorausrüstung und beschäftigen statt einige wenige Mitarbeitende, 450 Personen im Retail.

Wie kommt es, dass ein «Detailhändler» sich bereits vor 40 Jahren mit den Themen Nachhaltigkeit auseinandergesetzt hat?

Reparieren gehört bei Transa zur DNA: Transa hat schon immer repariert und stand schon immer für mehr als nur Verkauf, denn unsere Produktlebenszyklen enden nicht beim Kauf von Produkten. So stehen wir seit jeher dafür ein, Produkte zu reparieren und adäquat zu pflegen, um Produkte langlebig zu machen. Langlebig-

keit hat schon immer geholfen, denn Lieblingsteile sollten so lange wie möglich halten. So stehen wir seit jeher für «Abenteuer die länger halten».

Die Textilbranche gilt allgemein nicht als besonders nachhaltig. Auch werden gerade in der Outdoor-Bekleidung PFAS eingesetzt. Wie geht Transa mit dieser Herausforderung um?

Wir wollen, dass die Produkte, die wir verkaufen, nachhaltig und fair hergestellt werden und schauen deshalb genauer hin, wie unsere Lieferanten produzieren. Als Retailer haben wir keinen direkten Einfluss auf die Produktionsprozesse und Lieferketten. Trotzdem stellen wir Nachhaltigkeitsanforderungen, indem wir die richtigen Marken und Produkte auswählen. Im Gegensatz dazu nehmen wir in der Kreislaufwirtschaft eine aktive Rolle ein und schliessen mit unseren Serviceangeboten die technischen Kreisläufe aktiv. Uns ist wichtig, dass die Produkte so lange wie möglich gebraucht werden und deshalb setzen wir auf zirkuläre Wirtschaft und die damit verbundenen technischen Kreisläufe.

Transa-Second-Hand und Transa Repair & Care: Täuscht der Eindruck, dass gerade eine neue Generation die Kreislaufwirtschaft besonders begeistert?

Da wir seit mehr als 40 Jahren reparieren, würden wir das nicht als trendy bezeichnen, sondern vielmehr glauben wir, dass das Bewusstsein wieder grösser geworden ist, dass Produkte auch Secondhand gekauft werden können.

Das Transa 4-Seasons Magazin kapultiert Leserinnen und Leser vom Sofa auf den nächsten Outdoor-Trip. Die Investition in gutes Marketing macht sich bestimmt jeweils bei den Umsätzen bemerkbar.

Schön wäre es. Auch wir – oder gerade wir, die eher analog und draussen sind – können Print nicht besser messen als andere. Natürlich hat unser Marketing das Ziel, dass mehr Menschen in die Läden kommen und kaufen – das ist wohl bei jedem Retailer so.

Transa hat Erfahrung mit einem spannenden Führungsmodell. Können Sie das kurz beschreiben?

Transa orientiert sich an Soziokratie 3.0 (S3) und kann damit als Kreisorganisation bezeichnet werden. S3 setzt auf partizipative Entscheidungsfindung und Zusammenarbeit. Moderne Arbeitsformen, allen in Meetings Gehör zu verschaffen und viele weitere Muster unterstützen den Weg zur Selbstorganisation. Kreisorganisationen können traditionelle Strukturen ablösen und zu kreativeren, lebendigeren, persönlicheren und spannenderen Systemen führen. Auf diesem Weg ist es wichtig, nicht einfach nur die «technische Anwendung» zu verbreiten, sondern auch die Haltung dahinter. Neue Methoden werden bei uns erst aufgenommen und skaliert, wenn die Mitarbeitenden sie als wertvoll erachten. Dinge werden ausprobiert, Rückmeldungen und Reaktionen gesammelt und erst dann wird entschieden, ob etwas fallen gelassen oder etabliert wird. In einer Kreisstruktur zu arbeiten, heisst, mitverantwortlich zu sein, Ideen und Kritik kundzutun. Nicht gegeneinander zu argumentieren, sondern gemeinsam die Sache weiterzubringen. Jede anwesende Person kann Einwände einbringen. Jede Stimme ist wichtig. Es geht darum, durch Argumente einen klar definierten Vorschlag weiterzubringen. Das Ziel ist immer, weiterzukommen, zu innovieren – nicht Recht zu haben. Die Erfahrung zeigt, dass im Konsens sehr komplexe Fragestellungen schnell bearbeitet werden.

Klimawandel und Outdoor-Erlebnis. Welche Risiken entwickeln sich in diesem Zusammenhang für Ihre Kunden?

Die Gletscher schmelzen, die Natur vor unserer Haustüre wandelt sich. Outdoor-sportlerinnen und -sportler bekommen diese Entwicklungen hautnah mit. Sie beobachten, wie sich die alpine Bergwelt als Folge des Klimawandels schneller verändert als andere Regionen. Der Schwierigkeitsgrad von Wanderungen und Touren muss angepasst werden. Das Wetter wird weniger planbar und stellt viele Outdooraktive vor neue Herausforderungen.

Welchen Risiken ist Ihre Branche vor allem ausgesetzt?

Einerseits findet eine Konsolidierung der Branche statt. Zudem gibt es je länger, je mehr grosse Marken und Retailer und immer weniger kleine. Zusätzlich steht der Detailhandel aufgrund der sinkenden Kaufkraft der Schweiz in einer Krise. Durch die Digitalisierung und die Globalisierung wird die Geschwindigkeit erhöht und Produkte müssen immer schneller verfügbar sein.



Pascal Heimberg, CFO

Pascal Heimberg, CFO

Pascal Heimberg arbeitet seit 14 Jahren bei Transa als CFO. Zuvor war er lange Jahre in verschiedenen Funktionen im Finanzbereich tätig – als Manager bei KPMG und in der Finanzaufsicht in Liechtenstein. Als Finanzexperte im Detailhandel ist er die Schnittstelle zu den externen Finanzpartnern von Transa.

Der Detailhandel ist seit Jahren stark gefordert. Wie kann ein Beratungsunternehmen wie Funk bei solchen Herausforderungen aktiv unterstützen?

Lange Partnerschaften helfen einander zu verstehen. Wir schätzen an Funk die langfristig orientierte, partnerschaftliche Zusammenarbeit, aber auch die gegenseitige Challenge in der Sache und die hohe Zuverlässigkeit und Fachkompetenz. Und menschlich passt der «Groove» ganz gut.



Transa Backpacking AG

Die Transa Backpacking AG ist die führende Anbieterin von Travel- & Outdoor-Equipment in der Schweiz und betreibt acht Filialen in Basel, Bern, Lausanne, Luzern, St. Gallen, Winterthur, Vevey und Zürich, einen Klettershop in Winterthur, eine eigene Reparatur-Werkstatt sowie einen Onlineshop. Rund 450 Mitarbeitende vermitteln ihr Wissen und ihre Erfahrungen in der Beratung von langlebigen und nachhaltigen Produkten. Für Abenteuer, die länger halten.

Weitere Informationen:
www.transa.ch