

GCC REPORT

Die Zeitschrift des
Grafischen Centrums Cuno
Ausgabe 10 / Juni 2019

PERSONEN
PROJEKTE
PRODUKTE

//thema: WIE WIR FÜR DIE WELT VON MORGEN SORGEN

- Ökonomie und Ökologie
- Der CO₂-Fußabdruck
- Print lebt und wächst
- Ideen und Innovationen
- Unser Humankapital

Nachhaltig Denken und Handeln

Seiten 6 bis 23 >
Prozesse-Material-Menschen –
Was wir alles für Nachhaltigkeit tun



Seite 3 > **Editorial** - Das Credo des GCC
Seite 5 > **Initiative** - Die Projekte des BVDM
Seite 42 > **Mitarbeiter** - Das private Engagement



WWW.CUNODRUCK.DE

 **GCC**
Grafisches Centrum Cuno

Eine Nachhaltige
**Spezial
Ausgabe**

Seite 5 > DIE INITIATIVE DES BVDM

DEN CO₂-FUSSABDRUCK REDUZIEREN WAS DIE DRUCKINDUSTRIE DAFÜR TUT

Seite 26 > THORSTEN DREWS, ACHILLES – Nachhaltiges Produzieren in der Praxis eines Veredlers

Seite 28 > RAMONA BÖSCH, EPPLE – Unsere Mission - Die wichtige Rolle der Druckfarben

Seite 30 > HEIKO BELITZ, GRUNER+JAHR – Ein zentrales Unternehmensziel

Seite 32 > HARALD WÖRNER, HEIDELBERG – Seit vielen Jahren der Nachhaltigkeit verpflichtet

Seite 34 > BARBARA SCHEUER, RANDOM HOUSE – Cradle to Cradle™ im Verlag

Seite 36 > MARK VOGES, RAVENSBURGER – Machen wir die Produkte durch Nachhaltigkeit „sexy“

Seite 38 > SARAH PRICE, SAPPI EUROPE – Was unser Engagement für Printmedien prägt

Seite 40 > JÜRGEN KLUSCH, ZETWEKA – Warum wir lieber von Ganzheitlichkeit sprechen

Seite 42 > GCC-MITARBEITER – Nachhaltigkeit ist auch eine persönliche Haltung

Seite 48 > LEXIKON DER NACHHALTIGKEIT – Von CO₂-Fußabdruck bis UTZ

PRINT GEHT VORAUSS

DIE GEWÄHRLEISTUNG UMWELTVERTRÄGLICHER STANDARDS IST FÜR VERBRAUCHER **DURCH GÜTESIEGEL ERKENNBAR**. ZU DEN BEKANNTESTEN GEHÖRT SICHERLICH DAS DES **FOREST STEWARDSHIP COUNCIL® (FSC®)**.

DIE KLIMAINITATIVE DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE BIETET AUSSERDEM SERVICES, DIE KLIMAFREUNDLICHES DRUCKEN ERMÖGLICHEN.

UMWELTBEWUSSTE KUNDEN KÖNNEN DAMIT **CO₂-EMISSIONSARM PRODUZIEREN** BZW. UNVERMEIDLICHE EMISSIONEN **EINFACH KOMPENSIEREN**.



Manfred Cuno
Geschäftsführender
Gesellschafter

EDITORIAL

► Motor Nachhaltigkeit

Die DNA unseres Unternehmens:
Ererbtes bewahren und weiterentwickeln

„Bei uns wird die Zukunft gedruckt“ – seit Jahren schon ist dieser Satz ein Herzstück der Kommunikation unseres Unternehmens. „Key Word“, wie man heute so sagt, vor allem aus der festen Überzeugung geboren, dass Printerzeugnisse in ihren vielfältigen Formen immer eine Zukunft haben werden.

Was seit Jahren richtig ist, bekommt heute jedoch eine deutlich weiter reichende Bedeutung, einen viel grundsätzlicheren Inhalt: Zukunft hat Print nicht nur aus sich selbst heraus, als menschengemachtes und zutiefst menschenadäquates Produkt, sondern dann und dadurch, dass unsere gesamte Arbeit von der ersten Überlegung bis zum „Konsum“ der produktgewordenen Idee vom Streben nach Nachhaltigkeit geprägt ist.

Das Grafische Centrum Cuno ist über sechs Jahrzehnte zu dem erfolgreichen Unternehmen geworden, das es heute ist. Wir sind gewachsen, aber nie um jeden Preis. Es liegt schon immer in unserer DNA als familiengeführtes Unternehmen, das von den Gründern Ererbte nicht nur zu bewahren, sondern kommenden Generationen in mindestens einem guten, wenn nicht besseren Zustand zu übergeben. Was also sagen will:

Mehr oder weniger unausgesprochen, drehte sich im Unternehmen schon lange alles um den Begriff der Nachhaltigkeit.



Natürlich denken auch wir heute weiter, als noch vor Jahren. Viel stärker schauen wir nicht nur darauf, was, sondern vor allem auch wie und womit gedruckt, weiterverarbeitet und geliefert wird. Das hat mit den großen aktuellen und zukünftigen Herausforderungen zu tun, aus denen sich aber auch vielfältige Chancen ergeben.

Ein kleiner Exkurs in die „weite Welt“ mag das belegen: Die Weltbevölkerung wird Schätzungen zufolge bis zum Jahr 2050 auf neun Milliarden Menschen anwachsen. Gleichzeitig führt die weltweit zunehmende Wirtschaftsleistung zu steigendem Konsum und Ressourcenbedarf. Bereits heute ist der globale ökologische Fußabdruck der Menschheit größer, als es die verfügbaren Ressourcen der Erde dauerhaft verkraften. Somit wird sich insgesamt der Druck auf die Ressourcen in den kommenden Jahrzehnten weiter verstärken. Innovationen, Produkte und Technologien, die mehr Lebensqualität bei gleichzeitig geringerem Material und Rohstoffverbrauch ermöglichen, sind deshalb unverzichtbar.

Das GCC ist ein Wirtschaftsunternehmen. Hier werden Waren produziert, die Bedürfnisse befriedigen sollen. Für jeden eingesetzten Euro erwartet der Auftraggeber ein Maximum an Ergebnis, bezogen auf Quantität und Qualität. Das ist sozusagen ehernes Gesetz und im Grunde nicht diskutierbar. Über die Art und Weise der Produktion jedoch, über die Wege, mit denen wir die Erwartungen der Kunden und unsere eigenen Erwartungen erfüllen, entscheiden wir selbst.

Diese Entscheidung treffen wir voller Verantwortungsbewusstsein vor den Kunden und unseren Partnern, vor unseren Mitarbeitern und deren Familien, vor der ganzen Gesellschaft und vor der Umwelt. ►

Womit wir nachhaltig im besten Sinne des Wortes arbeiten: ökonomisch, ökologisch und sozial.

Meine feste Überzeugung ist, dass der am nachhaltigsten arbeitet, der wirtschaftlich erfolgreich ist. Unser Streben nach Nachhaltigkeit ist also langfristig und unternehmerisch geprägt und umfasst alle Aspekte entlang der Wertschöpfungskette.

Für einen komplexen Mediendienstleister wie das GCC hat das zahlreiche Facetten, nur einige davon seien an dieser Stelle erwähnt: Mit welcher Technik arbeiten wir und wie nutzen wir diese so effektiv wie möglich? Welches und wieviel Material setzen wir ein und wie sorgen wir für einen möglichst geschlossenen Materialkreislauf? Wie gehen wir mit Energie aller Art, mit Zusatzstoffen um? Was tun wir für die Aus- und Fortbildung, für die Gesundheit unserer Mitarbeiter und für unser gesellschaftliches Umfeld?

Denn das ist mir wichtig zu betonen: Bei der Umsetzung jeder Nachhaltigkeitsstrategie machen die Mitarbeiter den Unterschied aus – durch ihren persönlichen Einsatz, ihre Fähigkeiten und ihr Wissen. Damit leisten sie in ihrem Beruf und im Übrigen auch im persönlichen Leben einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung.

Die Mitarbeiter machen unser Unternehmen einzigartig. Daher wollen wir ihr Engagement für Nachhaltigkeit weiter ausbauen und fördern.

Weil wir überzeugt sind, dass Nachhaltigkeit immer mehr zum wichtigen Motor für wirtschaftliches Wachstum wird und Wettbewerbsvorteile im Markt ermöglicht, haben wir diesen GCC Report als Special ganz in den Dienst dieses Themas gestellt. Nicht um uns selbst zu preisen, sondern um zu zeigen, dass wir sozusagen auf dem Weg sind, wo wir stehen, was wir tun (und was noch zu tun ist) und wo wir hinwollen.

Und wir haben unsere Partner dazu eingeladen, aus der Sicht ihres jeweiligen Unternehmens zu zeigen, was sie mit dem Begriff der Nachhaltigkeit verbinden. Besonders bei ihnen bedanke ich mich für die spontane Bereitschaft mitzutun.

Ich wünsche Ihnen Spaß und viele Anregungen beim Lesen und Weiterdenken.

Detailansicht einer der in den Jahren 2017/2018 im GCC in Betrieb genommenen neuen Produktionshallen. Effiziente Produktionsprozesse ohne Transportaufwand sind hier bei geringem Energieaufwand und besten Arbeitsbedingungen möglich.



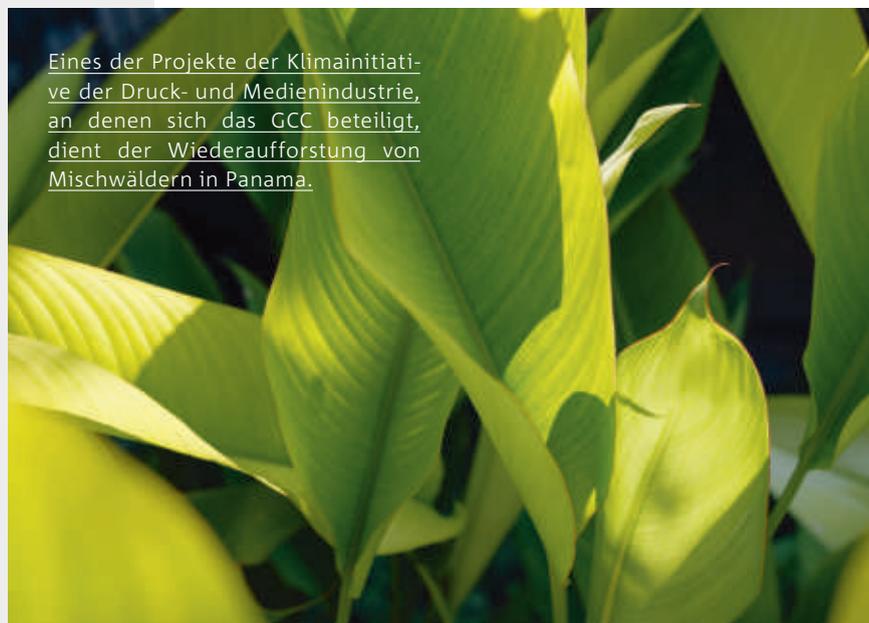
Blick in einen Teil des GCC-Vorstufenbereichs. Wichtige Prozesse laufen hier im Sinne nachhaltiger Produktion in hohem Maße standardisiert.

Wer im GCC druckt, kann dem Wald in Panama helfen

Wie die Druckindustrie den CO₂-Fußabdruck reduziert

Beiden im Rahmen der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände unterstützten Klimaschutzprojekten handelt es sich ausschließlich um Projekte, die dem vom WWF mitentwickelten „Gold-Standard“ entsprechen. Der „Gold-Standard“ ist der führende unabhängige Qualitätsstandard für Klimaschutzprojekte. Er wird von über 60 Nichtregierungsorganisationen unterstützt und nur an Projekte vergeben, die nachweislich zur Reduktion von Treibhausgasen führen und gleichzeitig gut für die lokale Umwelt und soziale Belange der Bevölkerung sind.

Alle Klimaschutzprojekte werden vor Ort von einer UNO-anerkannten Stelle überprüft. Das Prüfsiegel „Geprüftes Emissions-Zertifikate-Management“ gem. TÜV NORD TN-CC 002 garantiert zusätzlich, dass die ARKTIK GmbH – als professioneller Partner der Klimaschutzinitiative - die ausgewiesenen CO₂-Emissionen stets zu 100 Prozent ausgleicht. Gemeinsam mit dem Druck- und Medienverband bietet die Klimainitiative



Eines der Projekte der Klimainitiative der Druck- und Medienindustrie, an denen sich das GCC beteiligt, dient der Wiederaufforstung von Mischwäldern in Panama.

derzeit „Gold-Standard“- Klimaschutzprojekte zur Kompensation der CO₂-Emissionen in zahlreichen Ländern an, u.a. in Kenia (Reduzierung von Rauchgasemissionen und Wasseraufbereitung), der Türkei, Mali, Indien, Taiwan (Errichtung eines Windparks für 110.000 Haushalte, der zum Ausbau der regenerativen Energieerzeugung im bislang vom Kohlestrom dominierten Land dient.) und Panama.

Durch das beispielhafte Projekt in Panama wird die Aufforstung einheimischer Mischwälder mit der fairen Produktion von Kakao in UTZ-Qualität (siehe Lexikon Seite 50) kombiniert. Als eines der ersten Waldprojekte überhaupt wurde es mit dem hochwertigen „Gold-Standard“ ausgezeichnet. Die Anbauflächen für Kakao sind die ersten Agroforstflächen, welche nach diesem Standard ausgezeichnet wurden.

Fair produzierter Kakao ist ein Ergebnis der Hilfe, die den einheimischen Bauern durch die BVDM-Initiative zuteilwird.

Das Aufforstungsprojekt in dem Brückenland zwischen Süd- und Mittelamerika erstreckt sich über mehrere Provinzen und hat das Ziel, einen großen Teil der dort besonderen Artenvielfalt zu erhalten. Nicht mehr nutzbare Brachflächen und extensiv genutzte Rinderweiden werden wieder aufgeforstet und in gesunde Mischwälder verwandelt.

Neben der reinen Klimaschutzwirkung (CO₂-Bindung aus der Atmosphäre durch die Bäume) zeichnet sich das Projekt besonders durch seine positiven sozio-ökonomischen Einflüsse auf die lokale Bevölkerung aus: 150 langfristige Beschäftigungsverhältnisse werden geschaffen, lokale Schulen und Umweltbildungsprogramme werden unterstützt.

Wir als GCC sind entsprechend zertifiziert und bieten unseren Kunden die Möglichkeit, den bei der Produktion ihrer Produkte anfallenden CO₂-Ausstoß auch mit diesem Projekt in Panama zu kompensieren.



NACHHALTIGKEIT IM GCC

KAPITEL

1

Von Marvin Bartels, Danny Buschner, Dennis Buze, Günter Kruschwitz

PHOTOVOLTAIK AUF DEN DÄCHERN
EINHEITLICHES COLORMANAGEMENT
PUSH-TO-STOP/KEINE ZUSÄTZLICHEN
TRANSPORTE VON TEILPRODUKTEN



Das Grafische Centrum Cuno hat sich in den vergangenen Jahren zu einem komplexen Mediendienstleister entwickelt. Was sich wie eine Binsenweisheit anhört, ist Ergebnis strategischer Entscheidungen, die – vor Jahren gefällt und immer wieder neu bekräftigt – nun, da der Ruf nach Nachhaltigkeit jedes Unternehmen vor unabwiesbare Aufgaben stellt, ihre volle Wirkung entfalten. Was heißt: Alle Produktionsprozesse liegen in unserer Hand und werden stets und zunehmend unter dem Aspekt der Ganzheitlichkeit betrachtet.

EGAL, OB BUCH-, KATALOG- ODER ZEITSCHRIFTENPRODUKTION: NUR EIN KOMPLETTANBIETER WIE DAS GCC KANN NACHHALTIGKEIT IN ALLEN IHREN FACETTEN LEBEN UND DEREN FRUCHTBRINGENDE WIRKUNG AUCH SEINEN KUNDEN ANBIETEN.

Energie und Betriebstechnik

Am Beginn jeder Effektivitäts- und Nachhaltigkeitsüberlegung steht für uns der Energieeinsatz für den Betrieb des Unternehmens im weitesten Sinne. Das nimmt nicht wunder, sind doch Energiekosten nicht nur ein massiver Kostenblock - vielmehr ist gar nicht erst benötigte, nachhaltig selbst produzierte bzw. eingesparte Energie der vermutlich ressourcenschonendste Weg zu ökonomischen und ökologischen Effekten.

Um dafür nur einige Beispiele zu nennen: Schon seit 2011 erzeugen wir mit Hilfe von Photovoltaik im GCC jährlich eine Strommenge, die ausreicht, um 80 Haushalte zu versorgen. Im gesamten Unternehmen sind effiziente Heiztechnik-Wärmepumpen und eine hochwertige Erdgas-Brennwert-Technik im Einsatz.

In den Druckmaschinen halbieren frequenzgeregelte Turborialgebläse den Stromverbrauch. Zugleich sorgt die Wärmerückgewinnung an den Druckmaschinen für Abwärme, mit der Produktionsräume und das Papierlager geheizt werden. Das Druckluftmanagementsystem sorgt mit frequenzregulierten Druckluftherzeugern für einen effizienten Einsatz dieser Energieform.

Nicht zuletzt sind wir bestrebt, auf diesen und vielfältigen anderen Wegen die Vorteile der Spitzenausgleich-Effizienzsystemverordnung (SpaEfV – siehe Lexikon Seite 50) im Sinne einer effektiveren Produktion zu nutzen.



Druck und Vorstufe

Für einen erheblichen Nachhaltigkeitsschub sorgt immer wieder die regelmäßige Inbetriebnahme neuester Vorstufen-Software aber auch Druck- und peripherer Technik.

Ende 2018 haben wir, um eine bessere und vor allem automatisierte, sichere **Zeitschriftenproduktion** zu gewährleisten begonnen, wichtige Parameter (Workflow- und Kommunikationsprozesse, Materialien usw.) zu vereinheitlichen bzw. zu standardisieren. Eine Verringerung von Proofs, Kontrolldurchläufen und das konsequente Drucken nach definierten Standardwerten stehen hier im Vordergrund. Dies beinhaltet auch ein einheitliches Colormanagement für alle Zeitschriften mit vordefinierten automatisierten Prozesstemplates im Workflow. Im Druck gibt es speziell für LWC-Papiere unter 90 Gramm hinterlegte LAB -Farbwerte mit verringerten Farbdichten.

Ebenfalls wird bei immer mehr Kunden konsequent die Onlineanbindung unseres Workflows (Heidelberg Portal) genutzt.



Blick auf das Grafische Centrum Cuno. Gut erkennbar sind die Photovoltaikkollektoren auf fast allen Gebäudedächern.

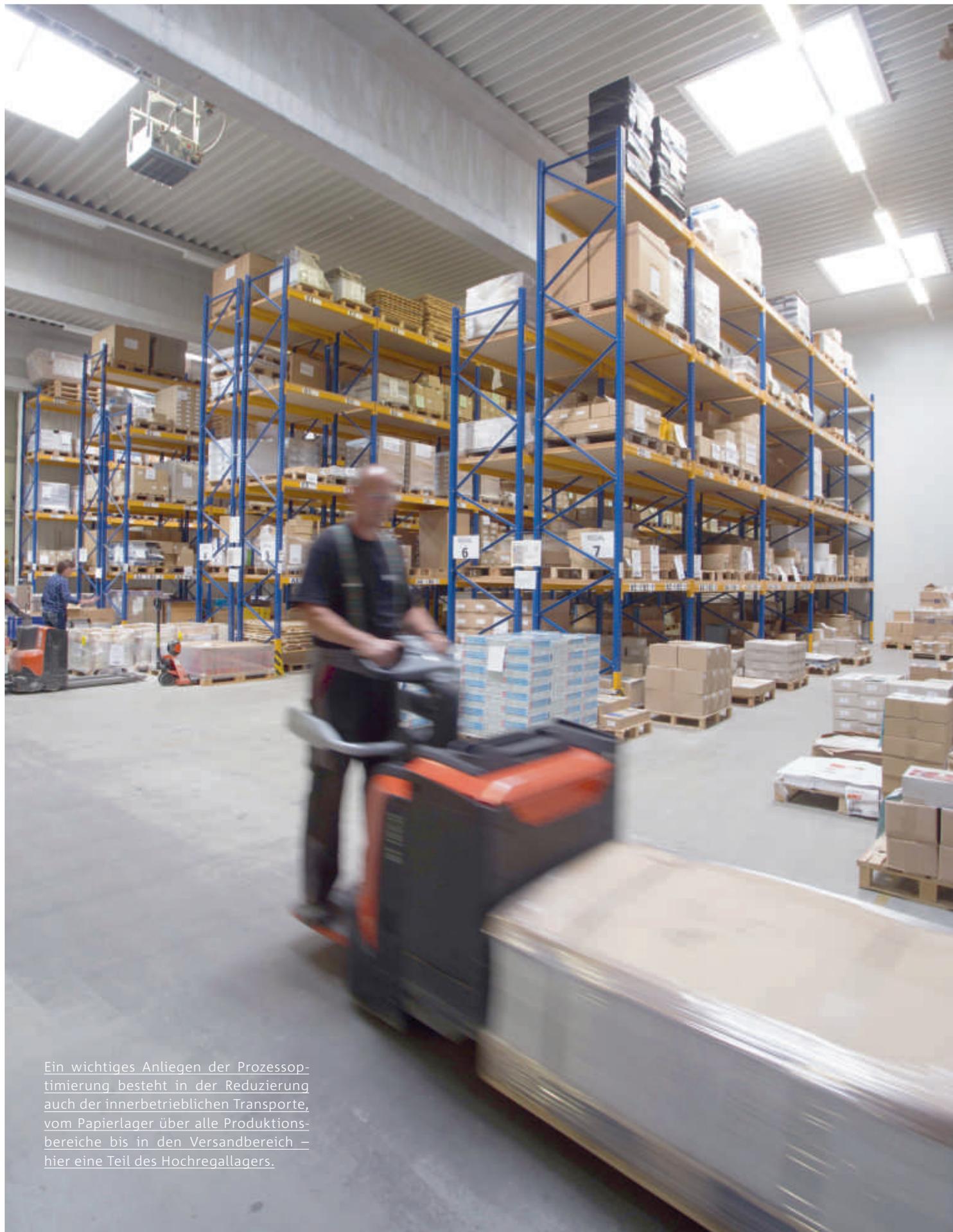
Diese schafft gerade bei Periodika mit knappen, fest definierten Terminen für den Kunden die Möglichkeit, zu jeder Zeit Korrekturen vorzunehmen und Freigaben zu erteilen. Eine Ausweitung dieser automatisierten Produktionsprozesse für andere Produkte ist ebenfalls angedacht.

Erhebliche Effekte im Sinne einer nachhaltigen Produktion erzielen wir mit den neuen Heidelberg Speedmaster XL 106 in den ebenfalls neuen Produktionshallen.

Mit der Push-to-Stop-Technologie werden alle Aufträge an der Maschine logisch vorsortiert nach Farbbelegung, Format, Bedruckstoff und in Reihenfolge gebracht. Der Drucker arbeitet seine Aufträge nach diesen Vorschlägen ab und spart durch diese Vorsortierung Zeit, Farbe und Papier.



Seit kurzem auf dem Unternehmensgelände: die „Tankstelle“ für Elektrofahrzeuge, an der jeder Nutzer eines Elektrofahrzeugs zapfen kann.



Ein wichtiges Anliegen der Prozessoptimierung besteht in der Reduzierung auch der innerbetrieblichen Transporte, vom Papierlager über alle Produktionsbereiche bis in den Versandbereich – hier eine Teil des Hochregallagers.

Weitere Vorteile der Maschinen im hier betrachteten Sinne: Durch den Einsatz des Color- Assistenten können die CIP (Farbvoreinstelldaten) in einer Signaturfolge optimiert werden. Dadurch reduziert sich die Makulatur deutlich. Ein neuartiger Zuschussrechner errechnet produktspezifisch den Zuschuss für die Weiterverarbeitung, zudem sorgen Zusatzfilter der Feuchtmittelzentrale für einen längeren Wechselrhythmus.

Ein kleines, aber wichtiges Detail mit Spareffekten in verschiedener Richtung: An den Druckmaschinen mit Wartungsverträgen erfolgt eine proaktive Wartung, zugleich spart der Remote-Service Technikereinsätze vor Ort.

! Weiterverarbeitung

Das GCC verfügt als eines der wenigen Unternehmen der Druckindustrie über zwei komplette Industriebuchbindereien, ein für die Produktion von **Büchern** und **Katalogen** unschätzbare Vorteil. Im Bereich der Weiterverarbeitung gibt es eine breite technische Maschinenpalette, was Einspareffekte bei Material aber auch im logistischen Bereich induziert. Der Einsatz von Mitarbeitern wird so ebenso optimiert wie jener von Material, Betriebs- und Hilfsstoffen.

Zur rationellen Gewinnung von Saugluft für die Produktionsanlagen arbeiten wir mit dem sogenannten Piabsystem, welches nach dem Injektorprinzip funktioniert. Dabei entsteht ein positiver Nebeneffekt, der zur Kühlung der Raumtemperatur in den Produktionshallen genutzt wird.

! Logistik

Erhebliche Umweltbelastungen entstehen allenthalben durch aufwändige **Transporte**. Das schon mehrfach erwähnte komplexe Leistungsangebot des GCC bietet für jeden Kunden die Chance, den „ökologischen Fußabdruck“ seiner Produkte spürbar zu verkleinern. Von der ersten Idee bis zur Auslieferung werden Bücher, Kataloge und Zeitschriften inhouse bzw. ohne externe und größere interne Transporte durch die Produktion „geschleust“. Wir schicken also keine Halbfertigprodukte auf die Straße oder gar per Luftfracht durch die halbe Welt...

Bestandteil des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses als Triebkraft unseres Qualitätsmanagements mit Blick auf die Zertifizierung nach ISO 9001 ist auch die **Optimierung der Lager- und Versandabläufe**. So ist das Rohmateriallager direkt am Drucksaal positioniert. Es gibt also keine Fahrwege, das Papier gelangt direkt vom Lager in die Druckmaschine.

Ein Teil unserer Falzautomaten ist direkt an den Druckmaschinen positioniert, so dass die gedruckten Paletten direkt nach kurzer Trockenzeit vom Druck zum Falzen gehen können.



Jahr für Jahr sorgt die Inbetriebnahme neuester Technik im GCC für kräftige Effizienz- und Nachhaltigkeitsschübe. Blick auf einen unserer Fadenheftautomaten (oben) und auf eine der Heidelberg Speedmaster XL (unten)

NACHHALTIGKEIT IM GCC

KAPITEL

2

Wart

Von Marvin Bartels, Danny Buschner, Matthias Cuno

„GRÜNES“ PAPIER/
COLORMANAGEMENT VOM
FEINSTEN/MAKULATUR-
REDUKTION UND RECYCLING
AN ALLEN ECKEN UND ENDEN/
ALKOHOLFREIER OFFSETDRUCK

A large, stylized letter 'G' logo is positioned on the left side of the page. The 'G' is composed of several overlapping, semi-transparent layers in shades of blue and grey. The background of the page is a light beige color with a fine, grid-like pattern of thin white lines.

Journal

Innovationen und Ideen, mit denen aus weniger materiellen Ressourcen mehr erreicht wird, sind der Schlüssel für ein nachhaltiges Wirtschaften. Das erklärte Ziel ist, in den kommenden Jahren das Verhältnis der geschaffenen Werte zum ökologischen Fußabdruck deutlich zu verbessern.

Auch hier gilt: Am meisten Ressourcen schont, wer Material erst gar nicht verwendet. Die Digitalisierung macht es möglich, auch im GCC hat sie die Produktion in den vergangenen Jahren revolutioniert.

Zugleich arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen, um Erkenntnisse über nachwachsende Rohstoffe zu gewinnen, deren CO₂-Fußabdruck gegenüber fossilen Alternativen geringer ist. Viele unserer Produkte enthalten bereits erneuerbare Inhaltsstoffe, diese wollen wir verstärkt einsetzen, wo immer dies mit ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Aspekten vereinbar ist.

DENNOCH GILT NACH WIE VOR:
OHNE PAPIER, OHNE FARBE,
KLEBSTOFF UND VIELES ANDERE
KEIN BUCH, KEIN KATALOG, KEINE
ZEITSCHRIFT. DIE FRAGE KANN, JA
MUSS ALSO LAUTEN: WAS UND
WIEVIEL WOVON UND WOFÜR?

I Papier

Wir bedruckten pro Jahr im Auftrag unserer Kunden mehr als 7.000 Tonnen Papier mit steigender Tendenz. Natürlich entscheidet letztlich der Auftraggeber, welches Papier für sein Produkt eingesetzt werden soll. In unserer Verantwortung liegt es, ihn dabei hinsichtlich des Einsatzes von ökologischen bzw. nachweislich nachhaltig erzeugten Papieren umfassend zu beraten. So konnten wir den Anteil von zertifizierten Papieren des **FSC®- bzw. PEFC™-Standards** (siehe Lexikon Seiten 48 und 49) in den letzten Jahren auf nunmehr ein Drittel der Gesamtbeschaffungsmenge erhöhen.

Parallel dazu unternehmen wir alles, um vom eingesetzten Papier so wenig wie möglich in Makulatur zu „erzeugen“. Konkrete Beispiele belegen das eindrucksvoll:

- So bringt die Trennung der Hauptproduktgruppen (Bücher, Kataloge, Zeitschriften) des GCC auf die drei 8-Farben-Maschinen im Bereich Zeitschriften eine Makulatureinsparung von 20 Prozent, im Buch- und Katalogbereich bis zu 10 Prozent.

- Eine weitere Reduzierung von Makulatur erreichen wir durch die spektralfotometrische Inline-Messung an den Maschinen.

- Die von uns eingesetzte Anicolor SX52 garantiert durch die Kurzfarbwerktechnologie die geringste Einrichtemakulatur.

Über eine nachhaltige Herkunft hinaus muss das verwendete Papier aber auch recycelbar bleiben und dem **Recyclingkreislauf** zugeführt werden. Ein besonderes Augenmerk gilt also auch dem Einsatz der sonstigen Materialien und Bestandteile in unserem Produktionsprozess, denn wenn ich „grün“ produzieren will, endet dies nicht bei der richtigen Papierwahl.

I Farbe

Beim Thema Farbe setzen wir entsprechend ausschließlich auf ökologische Produkte, wobei der Fokus auf die verwendeten Rohstoffe, Lösungsmittel und der Deinkbarkeit liegt.

Eine moderne und nachhaltige Druckfarbe ist mineralölfrei, frei von toxischen Stoffen und die verwendeten Zutaten werden permanent nach strengen Qualitätskriterien ausgewählt. Die Produktion auf modernen Anlagen, nachhaltige Verfahren und eine permanente Optimierung der Prozesse minimieren Farbstoffmengen bei der Herstellung. Unsere umweltfreundliche Farbe optimiert den ökologischen Kreislauf, indem die Menge der Druckereiabfälle und das Abwasservolumen gesenkt werden und der Einsatz einen geringen Verbrauch von Farbe, Papier und Wasser garantiert.

In höchstem Maße bedeutsam für das GCC als einen der größten Produzenten von Kinderbüchern ist der **Druck ohne Alkohol**. Dieser wurde als Zusatz im Feuchtwasser an der Druckmaschine abgeschafft. Das GCC produziert alkoholfrei.

DURCH ENGAGIERTE
FORSCHUNGS- UND ENTWICK-
LUNGSARBEIT HABEN WIR IM GCC
GEMEINSAM MIT VERSCHIEDENEN
PARTNERN GENAU SOLCHE
INNOVATIONEN ERREICHT, WIE SIE
NACHHALTIGES HANDELN HEUTE
BRAUCHT. ALS EIN SCHLÜSSELWORT
STEHT DAFÜR DER BEGRIFF
PROZESSOPTIMIERUNG.

Für jedes Buch, jeden Katalog und jede Zeitschrift gilt es immer wieder neu, das richtige Material zu finden. Höchst sorgsam gehen wir von der mit dem Kunden gründlich besprochenen Auswahl des Papiers über seine Verarbeitung bis hin zum komplexen Recycling mit diesem wertvollen Rohstoff um.

W
A
T
E
R
I
A



Rund 7000 Tonnen Papier bedrucken wir jedes Jahr. Effektivität bei jedem Bogen ist dabei genauso wichtig wie die Reduzierung von Makulatur und das möglichst vollständige Recycling.

Zwei Beispiele dafür:

So nutzen wir für eine stabile Produktion der Graubalance (neutral aufgebauten Bunttöne) über die Auflage hinweg einen selektiven GCR-Unbuntaufbau (GCR - Grey Component Replacement). Diese eigens entwickelten Profile reduzieren in neutralen Farbtönen den CMY-Buntanteil und ergänzen diesen Anteil im Black, um visuell den gleichen Eindruck zu erreichen. Auch erfolgt in diesem Zusammenhang eine Anpassung des Gesamtfarbauftrages, das heißt Flächendeckungen von deutlich über 300 Prozent Farbe werden harmonisch in ein auf das jeweilige Papier optimales Maß reduziert. Dadurch werden nicht nur Farbschwankungen im Fortdruck reduziert, sondern zudem auch Farbe eingespart. Die Einsparungen liegen im klassischen AM-80er-Raster in der Zeitschriftenproduktion des GCC bei ca. 20 Prozent.

Zu der Nutzung des selektiven Unbuntaufbaus in konventionellen AM-Rastersystemen nutzen wir für viele unsere Produkte, gerade im Industriekundenbereich, das UHD-Verfahren. Die extrem kleinen, geometrischen Strukturen des UHD-Verfahrens benötigen weniger Fläche auf dem Papier und somit auch weniger Farbe um den gleichen visuellen Eindruck zu erreichen.

Bei Farbe geht es jedoch nicht nur um Mengenreduzierung, sondern zunehmend auch um die Inhaltsstoffe. So verwenden wir z.B. seit mehreren Jahren eine cobaltfreie Farbserie als Standard in der Produktion. Gerade im Bereich der Kinderbuchproduktion ist dies ein enorm wichtiger Punkt.

Seit Mitte 2018 setzten wir im GCC eine völlig neuartige Farbserie der Firma Epplé ein. Diese PURE Farbserie gilt als komplett kennzeichnungsfrei! Die Auswertung der ersten Entwicklungsphase fand im Oktober 2018 statt und lässt zukünftiges Potenzial erkennen.

Nicht nur am Rande bemerkt: Die zentrale Farbversorgung mit 200-Kilogramm-Fassgebilde (Weißblech) sorgt für weniger Müll, zugleich werden die leeren Fässer zu 100 Prozent recycelt. Wie übrigens Waschmittel, Dispersionslack und andere Zusätze in Pfandbehältern geordert und mehrfach verwendet werden.

Klebstoff und weitere Materialien

Die Reduzierung des ökologischen Fußabdruckes steht auch im Mittelpunkt der Nachhaltigkeitsstrategie unserer Klebstofflieferanten. Beispielhaft dafür stehen die verschiedenen Varianten der Technomelt Technologie. Bei der Cool Technologie können Klebstoffe mit einer niedrigeren Temperatur appliziert werden. Das generiert Stromeinsparungen und sorgt für längere Wartungsintervalle.

Mit der Technomelt Ultra Technologie ist es gelungen, Klebstoffe zu entwickeln, die besonders lange Standzeiten im Primelter aufweisen und nicht mehr verbrennen. Dies bringt eine Einsparung bei den Wartungskosten. Zusätzlich haben diese Klebstoffe eine niedrigere Dichte als handelsübliche EVA Hotmelt, d.h. man trägt ca. 10 Prozent weniger Klebstoff bei gleichem Volumen auf.

Mit der Technomelt Pur Technologie verfügen wir über einen Klebstoff, der sich von allen Klebstoffsystemen beim Recycling am besten herausfiltern lässt.

Mit der Aquence LM Technologie wurde eine Dispersionsserie entwickelt die garantiert weichmacherfrei und zusätzlich migrationsstabil ist, d.h. es werden nur Rohstoffe verwendet, die eine Migration in andere Stoffe ausschließen. Und somit höchste Sicherheit beim Einsatz für Kinderbuchherstellung sowie der Herstellung von Lebensmittelverpackungen bieten.

Last but not least: Dass die in großer Zahl anfallenden **Druckplatten** recycelt werden versteht sich. Mehr noch: Intensiv arbeiten wir daran, perspektivisch alle Platten ohne Entwickler herzustellen, was den Einsatz von Wasser und chemischen Zusätzen weiter reduzieren wird.

Das Thema Abfallreduzierung und der Einsatz von **umweltverträglichen Verpackungslösungen** ist ein perma-



Extrem viele Facetten hat der nachhaltige Umgang mit Farbe: Hochqualitativ natürlich für unser perfektes Colormanagement muss sie sein, frei von allen toxischen Stoffen, in recycelbaren Großbehältern geliefert, schnell trocknend sowieso... Gemeinsam mit den Lieferanten stellen wir uns all diesen Anforderungen.

Das Thema ist präsent im Gespräch mit unseren Folienherstellern einerseits und mit den Kunden andererseits. Dank besserer Rohstoffe und der Weiterentwicklung der Herstellungsprozesse konnten in den letzten Jahren Dickenreduzierungen der eingesetzten Folien erzielt werden, was zur Schonung von Ressourcen beiträgt und ein ökologischeres Verpacken unserer Produkte ermöglicht. Recycling ist ein wirksamer Klimaschutz! Alle unsere eingesetzten Folien sind recycelbar und aufgrund der hochwertigen Qualität für die Herstellung von Kunststoffprodukten aus Recyclingmaterialien sehr begehrt.

Diese Investitionen in das Naturkapital lohnen sich - das weist auch die schon Ende 2009 veröffentlichte weltweit beachtete Studie „The Economics of Ecosystems and Biodiversity“ nach.

**DIE RECHNUNG IST EINFACH:
NICHTSTUN IST TEURER ALS
HANDELN, DENN DER VERLUST
VON NATURKAPITAL FÜHRT ZUM
VERLUST WIRTSCHAFTLICHEN
WOHLSTANDS WELTWEIT. (NABU-
NATURSCHUTZEXPERTE MAGNUS
WESSEL, JANUAR 2010)**

NACHHALTIGKEIT IM GCC

KAPITEL

3 M e r

Von Steffen Cuno, Günter Kruschwitz

„GCC-DELEGATIONEN“ PRÄSENTIEREN
UNTERNEHMEN/LERNEN IN DER
AKADEMIE/NEUE MEISTER WACHSEN
HERAN/BOTSCHAFTER DER
ROLANDSTADT



Der vor Jahren noch sehr eng gefasste Begriff der Nachhaltigkeit ist – völlig zu Recht – indessen deutlich aufgeweitet worden. Längst ist klar, dass untrennbar mit den ökologischen die ökonomischen, vor allem aber die Aspekte der sozialen Nachhaltigkeit verbunden sind. Existenz und Erfolg eines Unternehmens stehen in engster Wechselwirkung mit einer Vielfalt an gesellschaftlichen, kulturellen und individuellen sozialen Ansprüchen - was wiederum zu gesellschaftlicher Akzeptanz und Legitimation der unternehmerischen Aktivitäten führt.

GLEICHBERECHTIGUNG, FAIRNESS, LEISTUNGSGERECHTIGKEIT, FRAUENFÖRDERUNG, KEINE DISKRIMINIERUNG ÄLTERER ODER ANDERER ETHNIEN, GESUNDHEITSSCHUTZ, AUS- UND WEITERBILDUNG, SOZIALSTANDARDS FÜR LIEFERANTEN ETC. – ALL DAS SIND AUCH IM GCC KEINE LEEREN BEGRIFFE, SONDERN MASSSTAB UND ZUNEHMEND GELEBTE REALITÄT.

„Erbgut“ unseres familiengeführten Unternehmens ist das Wissen, dass immer die Mitarbeiter den Unterschied zum Wettbewerber ausmachen. Deshalb investiert das GCC seit Jahrzehnten viel Energie und finanzielle Mittel in die Nachhaltigkeit von Personalentwicklung und -führung. Von den aktuell rund 200 Beschäftigten hat über die Hälfte ihre Ausbildung im Unternehmen absolviert. Praktisch fast alle kommen aus der Region Calbe, was, nebenbei bemerkt, durch die kurzen Arbeitswege nicht nur sozial, sondern auch ökologisch nachhaltig ist (Zeit- und Kraftstoffersparnis!).

| Mitarbeitergewinnung

Für die Gewinnung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden, die fachliche und soziale Weiterbildung und die Heranführung von Mitarbeitern an Führungsaufgaben betreiben wir deshalb aus guten Gründen einen hohen Aufwand, bei dem wir verschiedene Wege gehen.

Eine ganz neue und weitreichende Entscheidung haben wir mit der Unterstützung von zwei „**Deutschland-Stipendien**“





auf den Weg gebracht. Junge Studenten der Magdeburger „Otto-von-Guericke-Universität“ erhalten so bessere Möglichkeiten, ihr Studium zügig und mit besten Ergebnissen zu absolvieren. Was ihnen selbst, unserem Land und, womöglich, auch dem GCC helfen kann.

Um dem Bekanntheitsgrad unseres Unternehmens sowie der verschiedenen Ausbildungsberufe in der Region zu steigern, sind „GCC-Delegationen“, bestehend aus Azubis und Facharbeitern aus allen Bereichen, regelmäßig auf **Ausbildungsmessen oder Schulveranstaltungen** anwesend, um uns den Schülern und Eltern als Ausbildungsbetrieb vorzustellen. Auch in diesem Jahr werden wir an einer Vielzahl an Veranstaltungen teilnehmen.

Aus- und Weiterbildung

Auch die Ausbildung unserer Lehrlinge nimmt einen hohen Stellenwert ein. Verschiedene Pläne sowie regelmäßige Ausbildungsgespräche helfen den Auszubildenden, ihre Ausbildung positiv abzuschließen. Dabei hat sich das Grafische Centrum Cuno entschlossen, Kosten wie Fahrgeld zur Berufsschule und Lehrmaterial zu übernehmen.

Auch im Falle von Wissensdefiziten organisieren wir für unsere Azubis Nachhilfe in den benötigten Fächern. Eine gute Leistung auf den Zeugnissen oder bei Prüfungen ist uns eine Prämie wert.



Vielfältig sind unsere Initiativen zu Mitarbeitergewinnung, Aus- und Fortbildung. So präsentiert sich das GCC regelmäßig mit unterschiedlichen „Manschaften“ (auf dem Foto von links Michael Körper, Marvin Bartels, Ulrike Schütze und Eric Maximilian Albrecht) auf Berufsmessen in der Region. Für die besten Azubis (linke Seite: Laura Götz) gibt es persönliche Glückwünsche von GCC-GF Manfred Cuno. Ein Ergebnis dieser Aktivitäten: Über die Hälfte aller GCC-Mitarbeiter haben ihre Ausbildung im Unternehmen absolviert, wie auch die hier gezeigten Mitarbeiter.

| GCC-Akademie

Doch auch als Facharbeiter ist das Lernen und Weiterbilden nicht zu Ende. Regelmäßige interne oder externe Schulungen werden den Mitarbeitern angeboten. Ob ein mehrmonatiger Englischkurs für Mitarbeiter, die zunehmend mit fremdsprachigen Kunden kommunizieren müssen, oder verschiedene Fachweiterbildungen wie eine dreitägige Expertenschulung für unsere neuen Digitaldrucksysteme - viele Anwendungsgebiete werden dabei erfasst.

Dafür haben wir vor Jahren die **GCC-Akademie** gegründet. In diesem Kontext werden interne Schulungen für neue Maschinen organisiert, Excel- und Word-Schulungen oder begleitende Weiterbildungen für unsere Team- und Schichtleiter der Zukunft durchgeführt.

| Führungskräfte

Für Führungskräfte oder Bereichsleiter gibt es eine Vielzahl an Weiterbildungen durch Berater oder in Gruppenarbeiten mit Führungskräften anderer Firmen. Besuche auf Messen oder in befreundeten Firmen erweitern den Horizont unserer Mitarbeiter und helfen, neue Ideen und Innovationen in unser Unternehmen zu tragen. Aktuell schließen zwei Mitarbeiter die vom GCC finanzierte dreijährige Meisterschulung ab. Darüber freuen wir uns auch in diesem Jahr sehr.

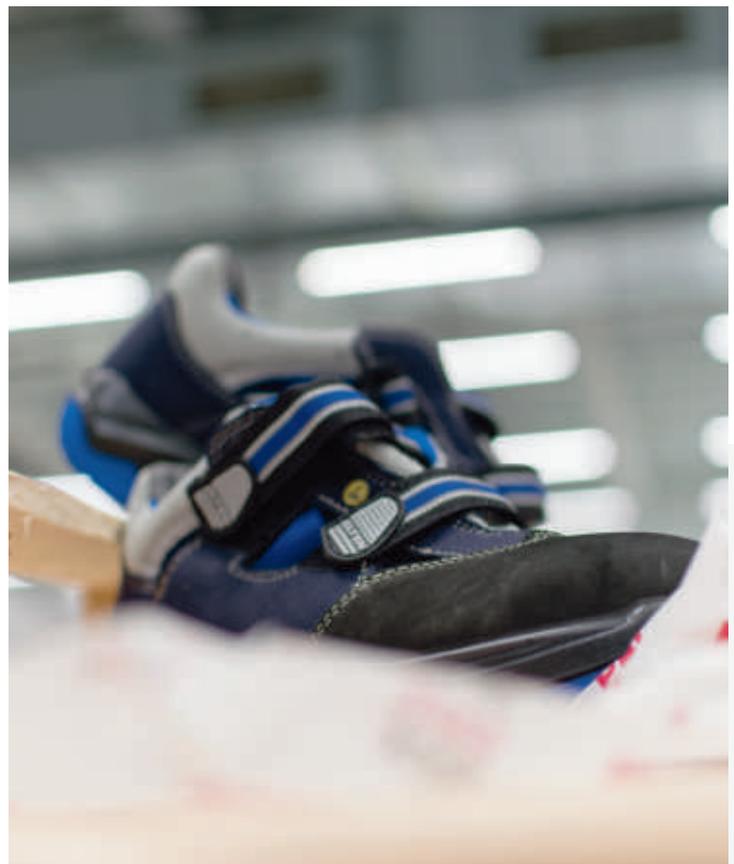
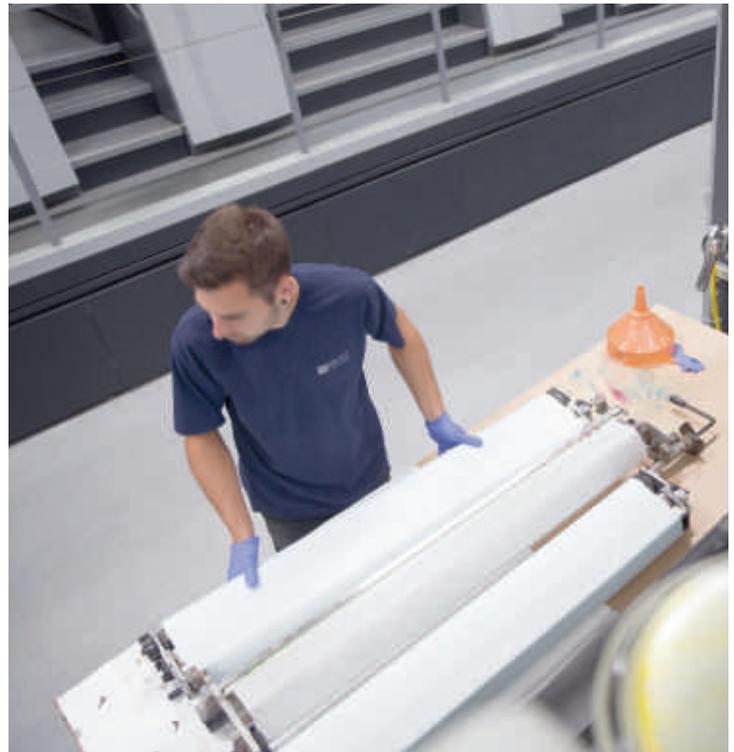
| Arbeits- und Gesundheitsschutz

Selbstverständlich sind im Unternehmen Arbeitsschutzmaßnahmen der verschiedensten Art. Das beginnt mit der Sicherheit der Anlagen und dem Brandschutz, geht über die Bereitstellung von Desinfektionsmitteln bis hin zur kostenlosen Ausgabe von Arbeitsschutzschuhen.

Durch Gripeschutzimpfungen, Augenuntersuchungen oder andere medizinische Untersuchungen bieten wir unseren Mitarbeitern die Möglichkeit, auch im körperlichen Bereich fit zu bleiben.

| Mitarbeiter-Feedback

Doch Nachhaltigkeit im sozialen Bereich bedarf auch des **Feedbacks der Mitarbeiter**. Regelmäßige Vorschläge und Ideen aus allen Bereichen sind Bestandteil dessen, was man prosaisch „Kontinuierlichen Verbesserungsprozess“ nennt und sich längst nicht allein auf ökonomische Effekte bezieht. Verschiedene Maßnahmen wie Mitarbeiterbefragungen oder Gruppendiskussionen erleichtern es den Mitarbeitern, ihre Wünsche und Überlegungen los zu werden. Eine bemerkenswerte Offenheit unserer Belegschaft ist daher seit vielen Jahren ein gleichsam geschütztes Gut unserer Firma dessen Wert gar nicht hoch genug eingeschätzt werden kann.



Entwicklungschancen im Unternehmen – Beispiel Meisterschulen – gehören ebenso wie gute Arbeitsbedingungen zu den Nachhaltigkeitsfaktoren. Ein kleines Detail dabei: Erst jüngst wurden allen Mitarbeitern in der Produktion kostenlos Arbeitsschutzschuhe zur Verfügung gestellt.

Nachhaltige Außenwirkung

Natürlich hilft das Grafische Centrum Cuno allein durch seine jahrzehntelange Existenz und durch seinen wirtschaftlichen Erfolg der positiven gesellschaftlichen Entwicklung voran. Ganz dezidiert tragen wir den Ruf Calbes als „Rolandstadt am Saalebogen“ mit unseren Produkten und unserem Auftreten in alle Welt. Doch auch bei den vielen kleinen Aktivitäten in unserer Region, um die wir gemeinhin wenig Aufhebens machen, legen wir Wert auf Nachhaltigkeit. So unterstützen wir den Nachwuchssport, helfen Kindereinrichtungen auf verschiedene Weise und tragen durch manch andere materielle und ideelle Unterstützung zum pulsierenden Leben in den Kommunen bei.

Besonders am Herzen liegt uns – aus innerer Verbundenheit und mit Blick auf die Bedeutung von Kunst und Kultur für eine nachhaltige gesellschaftliche Entwicklung – die Zusammenarbeit mit Künstlern und die Förderung von kulturellen Institutionen. So hat das GCC in den vergangenen Jahren durch konzeptionelle Begleitung und materielle Unterstützung gemeinsame Projekte von Kunsthochschul-Absolventen und des Landes Sachsen-Anhalt gefördert. Eine langjährige enge Beziehung verbindet das Unternehmen mit dem Salzland-Museum in Schönebeck, mit dem Kulturhistorischen Museum der Stadt Magdeburg (KHM) und dem Kunstmuseum im Kloster



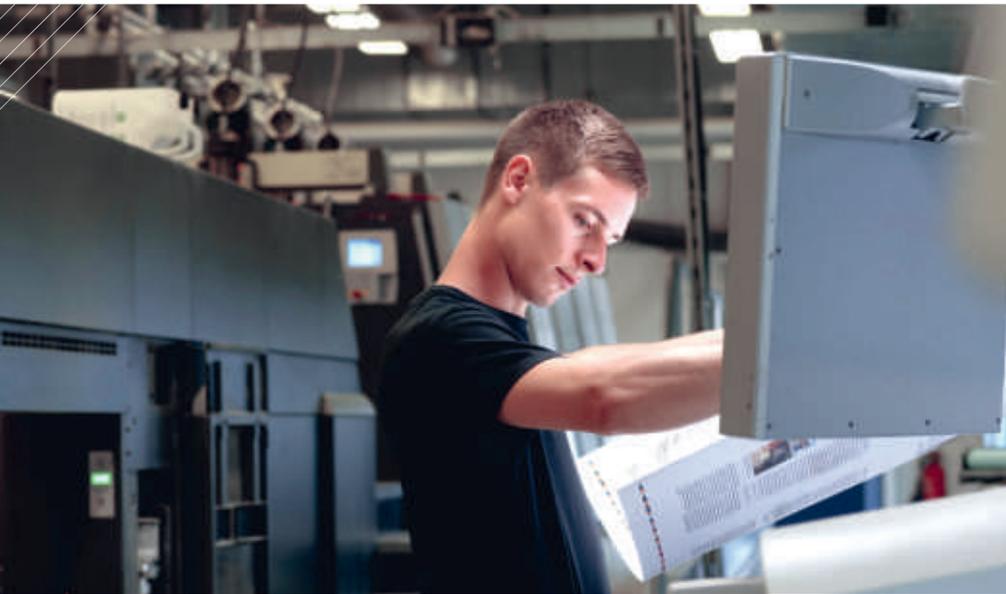
Unser Lieben Frauen in der Landeshauptstadt (Foto u.l.). Ausstellungsbegleitende Kataloge und Bücher wurden gedruckt, u.a. für die großen Mittelalterausstellungen im KHM, und im Rahmen einer persönlichen Fördermitgliedschaft trägt der Geschäftsführende Gesellschafter des GCC dazu bei, die Wirkmöglichkeiten des Kunstmuseums im Kloster zu erhalten und zu erweitern.



Das GCC ist tief in der Region verwurzelt und dokumentiert das in vielfältiger Weise. Beim Calbenser Dickbootcup auf der Saale sind wir ebenso vertreten wie es sich viele andere Mitarbeiter nicht nehmen lassen, Gäste durch die Produktionshallen zu führen. Hier GF Manfred Cuno mit (vielleicht?) künftigen GCClern aus dem Calbenser AWO-Kindergarten, die sich zeigen lassen, wo die Bücher über ihr „Patentier“, den „Kleinen Drachen Kokosnuss“ gedruckt werden.



WAS NACHHA ALLES MEINT.



LTIGKEIT



Sozial
Ökologisch
Wirtschaftlich



Achilles veredelt.



Thorsten
Drews

Achilles-Gruppe
Geschäftsführender Gesellschafter

Nachhaltiges Produzieren in der Praxis eines Veredlers

- Nicht erst 2019 ist das Thema Nachhaltigkeit ganz oben auf der Agenda aller Produzierenden angekommen.

Schon in den 90er Jahren wurden zahlreiche Aspekte der Druckveredelung bereits analysiert und in Ihren Folgen diskutiert. Aktuell jedoch verändert sich unser Umfeld schneller denn je. Als Achilles-Gruppe haben wir uns an den Grundwerten der UN Global Compact orientiert und auf das Ziel „Nachhaltiger Konsum und Produktion“ orientiert.

Fokus auf drei Wege

Was können wir tun? Wir fokussieren uns auf die drei Wege: Vermeidung, Reduzierung und Optimierung. In der täglichen Praxis gehören hierzu unsere internen Projekte und Aktivitäten zur Reduzierung von Makulatur, die Verringerung unseres Energieverbrauchs, die Optimierung unserer Transportwege, die Vermeidung von „Luft“-Transporten u.v.m.

Im Verpackungsbereich setzen wir gezielt und in enger Absprache mit unseren Kunden dünnere Folientypen ein. Damit ist einerseits die Schutz- oder Barrierefunktion gewährleistet, andererseits aber eine Materialeinsparung von bis zu 30 Prozent relativ schnell zu realisieren.

Wir arbeiten aber auch mit neuen Materialien. Seit drei Jahren haben wir Kaschierfolien („ecostar“) aus nachwachsenden Rohstoffen im Programm. Gab es diese früher noch auf Stärke-Basis, so basieren die neuesten Folientypen auf Holz und sind von daher eine ideale Ergänzung zum bedruckten Papier. Die Weiterverarbeitung ist nahezu identisch. Zusätzliches Lackieren und Prägen ist möglich. Einen kleinen Nachteil gibt es: Derzeit beträgt der Preis dieser Folie ein Vielfaches. Mit Blick auf die gesamten Kosten eines Buches relativiert sich dieser dann aber.

Blickt man dazu im Vergleich auf die gesamte Umweltbilanz von OPP Folien, also den rohölbasierten Folien, die sich nicht nur in Ihrer glänzenden oder matten Variante über Jahrzehnte bewährt haben, so überrascht es nicht, dass das Kaschieren mit diesen Folien auch aus heutiger Sicht durchaus umweltverträglich ist. Inzwischen gibt es auch beide robusten Folienvarianten in der kratzfesten Ausführung, denn Schutz und Werterhalt der Produkte sind ein wichtiger Baustein einer nachhaltigen Betrachtung.

Zudem können derartig folienkaschierte Bücher oder Broschüren über unsere heimische Papiertonne ohne „schlechtes Gewissen“ recycelt werden. Die Entsorger und Papierfabriken sind darauf vorbereitet und verwerten diese für sie wichtigen Rohstoffe weiter. Letztlich hat also der Kunde die Entscheidungsmöglichkeit, aus welcher Quelle, nachwachsend oder rohölbasiert, seine Kaschierfolie kommen soll.

Auch die anderen in der Veredelung eingesetzten Materialien verändern sich. Die aktuelle Generation der Kaschierklebstoffe in der Achilles Gruppe sind lebensmittelrechtlich zugelassen. Das bedeutet, dass diese Stoffe für die Verpackung von Nahrungsmitteln geprüft und als geeignet zertifiziert wurden.



Widerspruch zwischen Nachhaltigkeit und Recycling

Bei den Lacken werden zunehmend Lacke mit sogenannten „Low Migration“-Eigenschaften angefragt. Hierbei handelt es sich um Lacke, die andere Inhaltsstoffe aufweisen und somit auch höheren Anforderungen an die Migration Rechnung tragen. Parallel gibt es Tendenzen, auch Dispersionslacke einzusetzen, auch wenn der Glanzgrad nicht vergleichbar ist.

Den manchmal zu Tage tretenden Widerspruch aus Nachhaltigkeit und Recycling spüren wir bei der Verwendung von Graupappe, welche wir für Ordner und bezogene Verpackungen einsetzen. Einerseits schätzen Kunden den Recycling-Gedanken seit Jahren. Andererseits wächst die Unsicherheit, welche Materialien dort eigentlich enthalten sind. Als Alternative wird dann häufig ein Frischfaserkarton eingesetzt. Vorteil dieses Materials ist neben seiner Eignung für Lebensmittel auch sein geringeres Gewicht, was sich dann bei den Transportkosten auch positiv bemerkbar macht.

Herkunftsnachweise können nationale Lieferketten stärken

Wir sind ein produzierender Betrieb, der von seinen Lieferanten zunehmend Nachweise abfordern muss. Daher sind wir auf vertrauensvolle und konstruktive Zusammenarbeit angewiesen. Dies ist in einer immer globaleren Gesellschaft nicht immer leicht zu gewährleisten. Daher haben wir uns auf die

Aktuell liegt die Verbreitung nachhaltiger Veredlungsformen noch unter fünf Prozent. Achilles steht bereit, diesen Anteil gemeinsam mit allen Partnern deutlich zu erhöhen.

Zusammenarbeit mit unseren deutschen Lieferpartnern fokussiert. Das fördert die schnelle Kommunikation, stellt gleichzeitig auch sicher, dass wir Transporte bis zur Verarbeitung nicht durch ganz Europa senden.

Alle Branchen müssen daran arbeiten, dass wir noch nachhaltiger werden. Dabei sind v.a. auch die Branchen gefordert, welche Produkte mit einer relativ kurzen Lebensdauer produzieren (z.B. Lebensmittelverpackungen, Flyer, Zeitungsprosperkte u.ä.). Im Buchbereich sehen wir für hochwertige Buchprodukte v.a. die ecostar-Folie als Alternative für herkömmliche rohöl-basierten Folien (OPP). Diese gibt es übrigens auch als kratz-feste Mattvariante. Damit wird das gesamte Buch geschützt und bleibt länger ansehnlich.

Vermeidung sollte eher einsetzen bei der Produktion in Asien und bei der Verwendung von Schrumpffolien. Aber hier ist auch der Verbraucher gefordert, seine Erwartungen zu überdenken.

Aktuell ist die Verbreitung der nachhaltigen Veredlungsformen noch nicht so hoch (unter fünf Prozent). Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, diese zu vergrößern und herausfinden, was wir alles kurzfristig umsetzen können.



www.achilles.de



epple
DRUCKFARBEN



*Ramona
Bösch*

Epple Druckfarben AG
Head of Marketing

Mission Nachhaltigkeit: Die wichtige Rolle der Druckfarben

- Der gesellschaftliche Ruf nach nachhaltigen Lösungen wird lauter. Mit umweltgerechten Drucklösungen kann unsere Branche ein Vorreiter dieser starken Bewegung werden.

Druckfarbenhersteller unterstützen dabei mit umweltgerechten Produkten, Anwendungstechnik und Aufklärungsarbeit durch Fachveranstaltungen.

Ein hoher Qualitätsanspruch an Rohstoffe und Farben, Schnelligkeit im Denken und Handeln und ein ausgezeichneter Service: Mit diesen Maximen überzeugt der Druckfarbenhersteller Epple seine Kunden. Der resultierende hohe Nachhaltigkeitsanspruch vereint dabei stets ökonomische Interessen mit ökologischen und sozialen Anforderungen. Zeitgemäße Druckfarben erfüllen deshalb alle Anforderungen an die Druckqualität wie an die Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter und Kunden. Sie sind das Ergebnis intensiver Entwicklungsarbeit auf dem Gebiet der nachhaltigen Farbsysteme. Hier ist Epple ein echter Pionier, der bereits 1993 als erster Hersteller eine mineralölfreie Bogenoffsetfarbe (Öko Farbe) präsentierte, die auf nachwachsenden Rohstoffen basiert.

Pionierarbeit bei nachhaltigen Farbsystemen

Die Innovationsfreude erkennt die Branche bis heute an. Das Konzept des Farbsystems BoFood® Organic für den Verpackungssinnenseitendruck beeindruckte die hochkarätige Fachjury des Deutschen Verpackungspreises 2018. Für die prämierte Sicherheit steht dabei ein Gesamtpaket aus migrationsunbedenklichen Epple-Produkten der BoFood® Serie für die Außen- und Innenseitenbedruckung von Lebensmittelprimärverpackungen sowie einer entsprechenden Schutz-Effekt-lackierung.

Eine weitere Innovation, die den umweltgerechten Druck prägen wird, ist die neue, kennzeichnungsfreie Farbserie PRe®. Sie ist frei von Mineralöl und Photoinitiatoren, verfügt über sehr gute Deinkingeigenschaften und ist als drittes Farbsystem neben ölbasiertem und UV-Druck platziert. Das Beste aus beiden Welten vereinernd, bietet PRe® eine schnelle und ressourcenschonende Weiterverarbeitung in der Druckproduktion. Zudem spart der Verzicht auf strahlungshärtende Systeme bei der Trocknung hohe Energiekosten.

Darüber hinaus ist das Angebot an weiteren Öko-Farbsystemen groß und erfüllt auch spezielle Sicherheitsanforderungen. So wurde die Fair Play Skala für die hohen und speziellen Anforderungen von gedrucktem Spielzeug entwickelt. Diese mineralöl- und kobalttrocknerfreie sowie PAK-reduzierte Farbserie ist besonders für die Produktion von Kinderbüchern und Pharmaverpackungen geeignet.

Wie Druckfarben die Ökobilanz prägen

Welche Rolle nehmen Farbsysteme in der Ökobilanz einer Druckerei ein? Eine Wesentliche. Ihre wechselwirkenden Eigenschaften in der Produktion, in der Zusammensetzung aus nachwachsenden Rohstoffen, der Verarbeitung und im Recycling sind optimiert und zahlen auf die Ökobilanz ein. Mit solchen umweltgerechten Druckfarben sind Druckereien und ihre Kunden auf gegenwärtige und künftige ökologische Standards und EU-Verordnungen vorbereitet.

Primäre und sekundäre Nachhaltigkeit

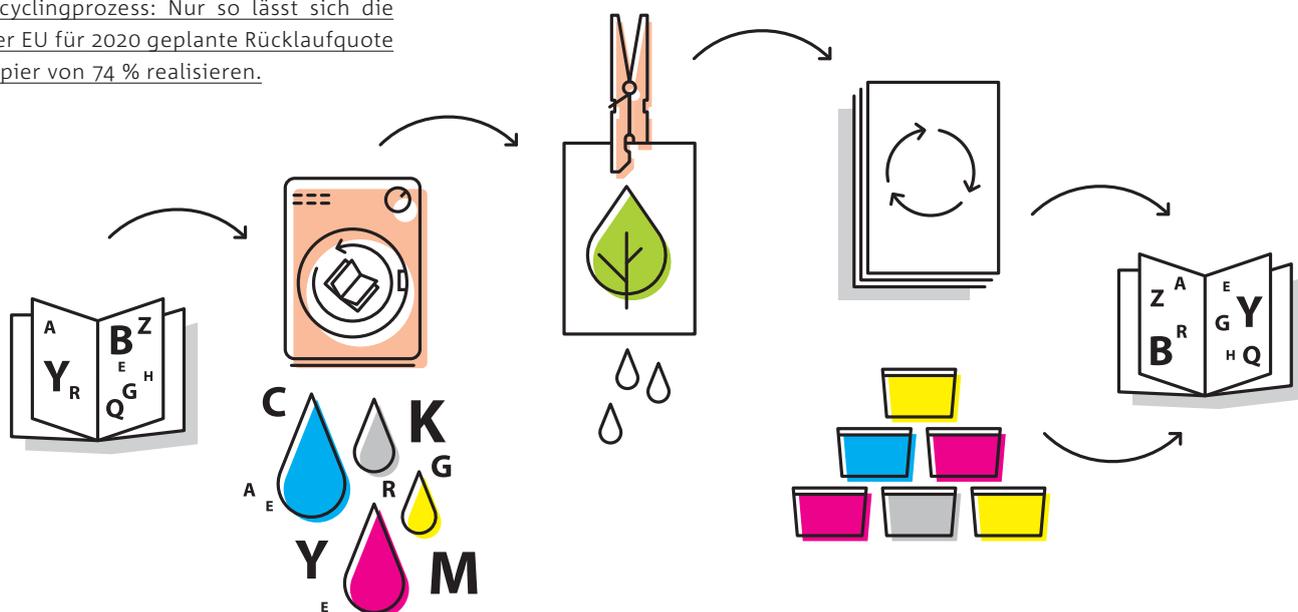
Wichtig ist zum einen die Zusammensetzung von ökologischen Druckfarben (primäre Nachhaltigkeit), sprich die verwendeten Rohstoffe und Lösungsmittel. Hier sollte eine nachhaltige Druckfarbe mineralölfrei, frei von toxischen Stoffen und möglichst kennzeichnungsfrei sein. Darüber hinaus ist eine umweltgerechte Farbproduktion gefordert.

Zum anderen ist es zu kurz gedacht, lediglich auf die Rezeptur einer Farbe zu schauen. Es ist die Kombination von Eigenschaften und ihre Wirkung, die eine nachhaltige Farbe ausmacht (sekundäre Nachhaltigkeit). Ökologische Farben bringen im Druckprozess Vorteile mit, die sich positiv auf den Umweltschutz und die Gesellschaft auswirken: Stichworte sind Ressourceneinsparung und Recycling.



www.epple-druckfarben.com

Die Deinkbarkeit von Druckfarben ist wichtig im Recyclingprozess: Nur so lässt sich die von der EU für 2020 geplante Rücklaufquote bei Papier von 74 % realisieren.



Nachhaltige Wirkung von Druckfarben

Umweltfreundliche Farben optimieren den ökologischen Kreislauf, indem sie zur Senkung der Menge an Druckereiabfällen und des Abwasservolumens beitragen. Außerdem unterstützen ökologische Farben ein effizientes Energiemanagement – z. B. müssen beim Einsatz von PURE® keine energieintensiven Trockner eingesetzt werden – und sie senken den Emissionsausstoß (Puderbelastung, Staub, Abwasser, Aluminiumabfall, Abfälle wie Waschlies, Reinigungstücher). Bezüglich der Wiederverwertung halten die Farbsysteme von Epple rechtliche und gesellschaftliche Anforderungen ein. Ihre Deinkbarkeit (Druckfarbenentfernbarkeit), von Altpapier zu weißen Bedruckstoffen, ist ebenso überzeugend wie ihre Recyclingeigenschaften.

Deinkbarkeit für einen funktionierenden Kreislauf

Welche Unterschiede es bei der Deinkbarkeit gibt, verdeutlicht folgendes Beispiel: Konventionelle Öldruckfarben auf ungestrichenem Papier können nur schwierig entfernt werden. Strahlenhärtende UV-Systeme sind in der Regel nicht deinkbar. So lässt sich die kennzeichnungsfreie Farbserie PURE® auf ungestrichenem Papier bei Scorewerten von 92-98 Punkten sehr gut deinken. Zum Vergleich: Die Scorewerte für konventionelle Öldruckfarben auf ungestrichenen Papieren liegen bei ca. 70-75 Punkten, die Faserausbeute ist damit schlechter. Aus einer großen Menge an schlecht oder nicht deinkbaren Printprodukten kann nur Altpapier geringerer Qualität hergestellt werden. Dies würde – der Zielsetzung entgegengerichtet – die Nachfrage nach Holz für die Papierproduktion erhöhen.



*Heiko
Belitz*

Gruner + Jahr GmbH
Herstellungsleiter

Gruner + Jahr macht Nachhaltigkeit zu einem zentralen Unternehmensziel

- Neue Strategie führt Initiativen und Prozesse zusammen

Dafür hat der Hamburger Verlag die Position des Chief Sustainability Officers geschaffen. Diese Aufgabe übernimmt Ulrike Penz.

Bis Ende 2019 wird Gruner + Jahr eine Bestandsaufnahme vornehmen und eine erste Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln, die sämtliche bereits laufende Initiativen und Projekte des Verlags zusammenführt sowie künftige Handlungsfelder und Ziele definiert. Der Verlag betrachtet Nachhaltigkeit gleichermaßen unter ökonomischen, sozialen und ökologischen Aspekten. So soll der Fokus auf dieses Thema auch dazu beitragen, neue Impulse für die weitere Transformation des Verlags zu erhalten.

Gruner + Jahr - Herstellungsleiter Heiko Belitz: „Für uns in der Herstellung wird Nachhaltigkeit immer wichtiger. Wir nehmen das Thema nicht mehr nur redaktionell in unseren Zeitschriften auf, sondern beschäftigen uns auch bei der Heftausstattung und in Fertigungsprozessen mit Nachhaltigkeitsfragen und -lösungen. Aktuell ist etwa das Thema Plastikfolien beim Aboversand im Fokus. Ziel ist es hier, eine saubere und gesicherte Zustellung gewährleisten zu können.“

Wir bestimmen den Umfang der Verpackung dabei grundsätzlich anhand der jeweiligen Anforderungen der Zeitschriftentitel und Produktionsstandorte. In diese Untersuchungen fließen unter anderem die Anzahl der Fertigungsschritte, die Materialien, die Transporte inklusive der Transportgewichte und die Möglichkeiten der Verwertbarkeit der Verpackungen beim Endkunden mit ein. Das sind komplexe Entscheidungen, die wir in Zukunft noch bewusster treffen wollen.

Stand heute können wir bereits den allergrößten Teil der bundesweiten Abozustellungen unverpackt vornehmen. Jetzt geht es darum, die nachhaltige und beste Lösung für den kleinen Rest zu finden.

greenprint



<https://www.greenprint.guj.de>



Bis Ende dieses Jahres will Gruner+Jahr nach einer Bestandsaufnahme seine erste umfassende Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln. Das Thema wird dann nicht nur in den Zeitschriften selbst, sondern auch bei der Heftausstattung eine Rolle spielen.



www.guj.de



Schon heute ist G+J in der Lage, den allergrößten Teil der Heftauslieferungen (unten ein winziger Ausschnitt der Titelpalette) in der bundesweiten Abo-Zustellung unverpackt vorzunehmen.





Harald
Wörner

Heidelberger Druckmaschinen
Experte zum Thema Nachhaltigkeit

Heidelberg seit vielen Jahren der Nachhaltigkeit verpflichtet

- Ökonomie und Ökologie gehen Hand in Hand/ Agenda für Nachhaltige Entwicklung wird unterstützt

Die Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg) hat ihre Verantwortung für die Umwelt früh wahrgenommen. Bereits seit 1992 ist der Umweltschutz verbindlich in den Unternehmenszielen festgeschrieben. Wichtig ist dabei das Zusammenspiel von langfristigem ökonomischem Erfolg mit ökologischer und gesellschaftlicher Verantwortung. Es geht vor allem um den Dreiklang „vermeiden, reduzieren und kompensieren“.

Seit der drupa 2012 bietet Heidelberg seinen Kunden CO₂-neutrale Maschinen an. Dies über das gesamte Produktportfolio von der Vorstufe über die Bogenoffsetdruck- und Digitaldruckmaschinen bis hin zu den Maschinen der Weiterverarbeitung sowie Verbrauchsmaterialien nach Öko-Standard. Je nach Ausstattung liegen die Kosten dabei bei etwa einem Drittel Prozent der Investitionssumme der Maschine. Mit einer Speedmaster XL 106-Sechsfarben werden das Äquivalent von zirka 260 Tonnen CO₂ kompensiert. Kunden mit CO₂-neutralen Maschinen können sich dabei auf der Homepage von Heidelberg als nachhaltige Druckereien auflisten lassen und dies für ihre Marketingzwecke nutzen. Damit ergeben sich für die Kunden viele Vorteile. Sie können somit neue Kunden und Printbuyer gewinnen, denen das Thema Umwelt wichtig ist, über ihre Pressearbeit ihr Image positiv besetzen, was sich auch auf eine gesteigerte Mitarbeitermotivation auswirkt. Die Printbuyer wiederum erhalten Druckprodukte, auf denen das Logo „equipment CO₂-neutral“ mit aufgebracht ist und demonstrieren somit ihr nachhaltiges Handeln.

Zudem entlasten auch die neuesten Technologien von Heidelberg die Umwelt. Unter dem Motto „Heidelberg goes digital“ unterstützt das Unternehmen konsequent die Digitalisierung der Branche und ist im Bereich der Prozessintegration und Automatisierung weit vorne. Durch den Smart Print Shop und mit Push to Stop sind die Prozesse durchgängig vernetzt und es fällt weniger Abfall an – was wiederum der Umwelt zu Gute kommt, zumal das Papier neben der Energie das höchste Einsparpotenzial darstellt.

Bereits seit 2012 bietet Heidelberg seinen Kunden CO₂-neutrale Maschinen an. Beispielsweise wird mit einer Speedmaster XL 106 Sechs-Farben ein Äquivalent von ca. 260 Tonnen CO₂ kompensiert.





Seit Oktober 2018 unterstützt Heidelberg hier das Projekt „Sodo“ der Nichtregierungsorganisation World Vision in Äthiopien, nahe dem Mount Damota. Mit dem Kauf eines „equipment CO2-neutral“-Zertifikats von Heidelberg wird der Atmosphäre die entsprechende Menge CO2 entzogen und zusätzlich wird den Gemeinden in dieser Region Afrikas geholfen, die Bodenfruchtbarkeit wiederherzustellen, die Bodenerosion zu verhindern, Trinkwasserquellen zu sanieren und die Artenvielfalt zu erhöhen.

Wiederaufforstung im äthiopischen Sodo

Die bei der Herstellung der Maschinen unvermeidbaren CO2-Emissionen werden durch ein Wiederaufforstungsprojekt kompensiert. Seit Oktober 2018 unterstützt Heidelberg hier das Projekt „Sodo“ der Nichtregierungsorganisation World Vision in Äthiopien, nahe dem Mount Damota. Mit dem Kauf eines „equipment CO2-neutral“-Zertifikats von Heidelberg wird der Atmosphäre die entsprechende Menge CO2 entzogen und zusätzlich wird den Gemeinden in dieser Region Afrikas geholfen, die Bodenfruchtbarkeit wiederherzustellen, die Bodenerosion zu verhindern, Trinkwasserquellen zu sanieren und die Artenvielfalt zu erhöhen. Dieses Emissionsminderungsprojekt entspricht dem höchsten und global anerkannten „Gold Standard“. Hierbei werden elf der 17 Ziele der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung unterstützt.

Das Aufforstungsprojekt Sodo basiert auf der Methode des Waldmachers Tony Rinaudo, der im September 2018 den „Right Livelihood Award“ – auch als Alternativer Nobelpreis bekannt – erhalten hat. Nach seiner Methode werden nicht nur junge Setzlinge aus der eigenen Baumschule gepflanzt, sondern insbesondere Baumtriebe aus Baumwurzeln und Stümpfen geschützt und regelmäßig beschnitten, um neue Bäume zu entwickeln. Diese entstehen nach drei, vier Jahren und sind bestens an das lokale Klima und die lokalen Böden angepasst. Im Untergrund bereits vorhandene Bäume zu regenerieren ist viel kostengünstiger, als neue Setzlinge zu pflanzen. Dies wirkt sich wesentlich schneller positiv auf das lokale Mikroklima aus und bindet schneller CO2 als andere Methoden.

Vorreiter im aktiven Klimaschutz

Heidelberg betreibt auch an seinen Standorten einen umfassenden Umweltschutz. So sind alle europäischen Standorte nach ISO 9001 und ISO 14.001 zertifiziert. Am Standort Wiesloch-Walldorf gibt es seit 2012 ein Blockheizkraftwerk mit einem Wirkungsgrad von 86 Prozent. Gegenüber der früheren Energieversorgung konnten die jährlichen CO2-Emissionen um 3.700 Tonnen reduziert werden. Die Abfallsortiertrate liegt bei 99,2 Prozent und die Abfallverwertungsquote bei 96,36 Prozent. In diesem Jahr wird eine Bienenwiese neu angelegt und der Einsatz von Solaranlagen ist in Vorbereitung.

In den Print Media Centern Commercial und Packaging am Standort Wiesloch-Walldorf wird auf Maschinen produziert, die CO2-kompensiert sind. Auch der Messeauftritt von Heidelberg zur drupa 2020 wird CO2-neutral gestellt werden und im afrikanischen Sodo den Bau einer Schule in einer abgelegenen Bergregion im Aufforstungsgebiet unterstützen.



www.heidelberg.com/co2
www.heidelberg.com



VERLAGSGRUPPE
RANDOM HOUSE
BERTELSMANN



Barbara
Scheuer

Verlagsgruppe Random House GmbH
Gesamtherstellungsleiterin

Random House steht für Cradle to Cradle™

- Verlagsziel: Ernsthafte ökologische Wende in Buchproduktion und Verlagswesen

Die zu Bertelsmann gehörende Verlagsgruppe Random House mit ihren 46 Verlagen unternimmt schon seit einigen Jahren erhebliche Anstrengungen im Sinne größtmöglicher Nachhaltigkeit und handelt damit im Sinne der Bertelsmann Social- und Environmental Compliance.

„Die Produktion, die Verpackung und den Versand unserer Bücher und Hörbücher möglichst umweltschonend und nachhaltig zu gestalten, ist uns ein wichtiges Anliegen“, so Thomas Rathnow, CEO der Verlagsgruppe Random House.

„Neben dem Einsatz von 100 Prozent FSC-Papieren, kurzen Transportwegen und dem zunehmenden Verzicht auf Einschweißfolien ist die Produktion nach dem Cradle to Cradle™-Standard ein weiterer wichtiger Baustein unseres Nachhaltigkeitskonzepts. Wir wollen eine ökologische Wende in der Buchproduktion und im Verlagswesen ernsthaft angehen“, so Thomas Rathnow weiter.

Höchste Qualitätsstufe im ökologischen Druck

Unter Cradle to Cradle (wörtlich: Von der Wiege zur Wiege) versteht man das intelligente Produzieren nach dem Vorbild der Natur. Die Produkte können am Ende ihres Lebenszyklus wieder vollständig in biologische oder technische Kreisläufe zurückfließen. Auch in der Buchproduktion gibt es seit Kurzem die Möglichkeit, zertifiziert nach diesem Standard zu produzieren: Sämtliche Inhaltsstoffe von Papier, Druckfarben und Lacken wurden auf ihre Umwelt- und Gesundheitsverträglichkeit überprüft und gegebenenfalls für umfassendes Recycling oder Kompostierung optimiert. Cradle to Cradle ist die höchste Qualitätsstufe im ökologischen Druck. Zudem werden die Bücher klimapositiv gedruckt und auf das Einschweißen mit Plastikfolien wird konsequent verzichtet, um einen ganzheitlichen Mehrwert für die Umwelt zu leisten. Diesem Standard soll in Zukunft immer häufiger entsprechen werden.

Auf Einschweißfolie will Random House in Zukunft zunehmend verzichten und sieht ein erhebliches Einsparpotenzial. Noch wichtiger ist es aus Sicht der Verlagsgruppe jedoch, den gesamten Wertschöpfungs- und Produktionsprozess zu betrachten. Hier setzt das Unternehmen insbesondere auf kurze Transportwege, den Einsatz von FSC-Papieren sowie die Recyclingfähigkeit der Bücher.

Startschuss 2018

Random House gab dazu 2018 den Startschuss und mit zwei Titeln, die im Frühjahr 2019 erschienen, setzt Random House auf den höchsten Standard für Öko-Effektivität: „Bin im Garten“ von Meike Winnemuth und „Die Wiese“ von Jan Haft (erschienen bei Penguin) sind im Cradle to Cradle™ produziert und klimapositiv gedruckt.

„Durch die Produktion nach diesem Prinzip schlagen wir eine Brücke zwischen Inhalt und dem Herstellungsprozess unserer Titel“, erläutert Barbara Scheuer, Gesamtherstellungsleiterin und Umweltbeauftragte der Verlagsgruppe Random House. „Harald Lesch, Meike Winnemuth und Jan Haft setzen sich in ihren Büchern mit der Wechselbeziehung von Mensch, Natur und Umwelt auseinander und stehen ganz klar für einen schonenden Umgang mit unseren Ressourcen. Auch unseren Leserinnen und Lesern ist die nachhaltige Produktion sehr wichtig. Bereits seit Anfang 2018 produzieren unsere Verlage Gütersloher Verlagshaus und Ludwig deshalb zu 100 Prozent klimaneutral“, so Barbara Scheuer.

Eine Brücke zwischen dem Inhalt der Bücher und dem Herstellungsprozess schlägt Random House ganz bewusst bei Titeln wie denen von Harald Lesch, Meike Winnemuth und Jan Haft. Das wird u.a. durch den Cradle-to-Cradle™-Standard als wichtigem Baustein des Nachhaltigkeitskonzepts der Verlagsgruppe erreicht.



Entscheidungen entlang der ganzen Wertschöpfungskette

Über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg gibt es eine Reihe von Faktoren, die sich auf die Nachhaltigkeit in der Buchproduktion und im Verlagswesen auswirken und die es laut Scheuer genau zu analysieren und zu optimieren gilt: „Unsere Umweltbilanzen und damit unseren CO₂-Fußabdruck erfassen und analysieren wir sehr gründlich, um die gesamte Supply Chain im Sinne der Nachhaltigkeit zu optimieren und das Niveau unserer Emissionen weiter zu reduzieren“, so Barbara Scheuer.

Neben der sozusagen selbstverständlichen Digitalisierung der Prozesse auch im internen Ablauf (deutlich reduzierter Materialverbrauch!) geht es dabei um eine bessere Bedarfsplanung. Eine bewussterer Auflagenproduktion wird zum einen durch die aktuellen Techniken (Digitaldruck, Kleinauflagen), sowie durch intelligenteres Bündeln von Druckaufträgen dank fortgeschrittener Standardisierung der Produkte andererseits ermöglicht.



www.randomhouse.de



Ravensburger



Mark
Voges

Ravensburger AG
Head of Global Operational Excellence

Machen wir durch Nachhaltigkeit unsere Produkte „sexy“

- Steigen wir mit einer Frage ein: Was ist denn nun eigentlich Nachhaltigkeit? Sie ist stets auf die Gegenwart und die Zukunft ausgerichtet.

Sie soll Ressourcen, materielle/immaterielle Güter, ökonomische/ökologische Einheiten schützen, insbesondere wenn diese nicht erneuerbar sind. Nachhaltigkeit kann somit als eine Form des ökologischen und ökonomischen Handelns verstanden werden, die gegenwärtigen und zukünftigen Generationen vergleichbare oder bessere Lebensbedingungen sichern soll, indem das dazu notwendige Element sorgsame Anwendung findet und entsprechend geschützt wird. Im Zentrum der Nachhaltigkeit stehen Umwelt, wirtschaftliche und soziale Aspekte.



Nachhaltigkeit bedeutet also nicht, an einer Stelle etwas für die Umwelt zu tun. Sondern ein umfassendes Konzept zu formen, das sich an den jeweiligen Gegebenheiten ausrichtet. So weit, so gut.

Was aber bedeutet Nachhaltigkeit somit für die Druckindustrie?

FSC®/PEFC™?
ICTI und andere sozial Normen?
Produktsicherheit / EN71?
Produktqualität?
CO₂-Neutral / Klimafreundlich / Öko?
Keine Folien?
Mehr Recycling?



klimaneutral

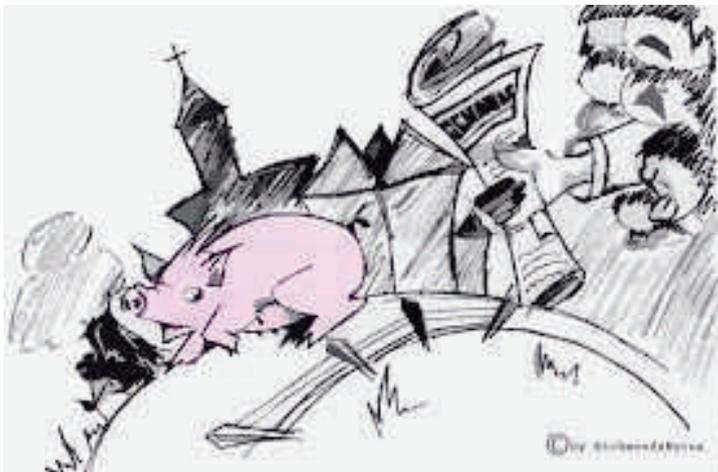
Klimaneutral Drucken – eine Initiative des VSD

Ist es das? Oder was ist es? Und was will der Kunde, bzw. wofür ist er bereit zu zahlen? Und: Wer ist überhaupt der Kunde?

Der Kunde bin doch ich, oder? Also der Verlag, oder ist mein Händler, der unsere Produkte verkauft der Kunde? Also die Händler sagen immer: „Unsere Kunden wollen aber unbedingt nachhaltige Produkte“.

Inwiefern? Na, halt einfach nachhaltig, kann doch wohl nicht so schwer sein oder. Was ich dazu gerne sagen würde: „Aus meiner Sicht sind die Käufer, also die Leser unserer Produkte die Kunden“. Und aus deren Sicht bekommt das Thema auf jeden Fall eine immer größere Wichtigkeit und daher auch eine immer größere Medienpräsenz.

Aber kostet das nicht alles einfach nur wieder viel Geld und ist nur eine neue Sau, die durchs Dorf getrieben wird?



In diesem Falle glaube ich eher nicht. Es bleibt aber immer noch die Frage, ob der Kunde bereit ist, für Nachhaltigkeit zu zahlen? Eine Diskussion, die in anderen Branchen wie der Lebensmittelindustrie schon länger geführt wird und aus meiner Sicht auch da von vielen Seiten zu bewerten ist.

Fazit:

Ich kann nur wenige Antworten geben und stelle viele Fragen. Aber genau diese, und noch viel mehr, müssen wir uns **gemeinsam** stellen. Gemeinsam bedeutet für mich: die Drucker, die Verlage, die Händler und eben unsere Kunden, die Menschen die Bücher und gedruckte Produkte kaufen.

Nur wenn wir in einem **gemeinsamen** Dialog gehen und gemeinsam nach den „Hauptmerkmalen“ der Nachhaltigkeit suchen, werden wir etwas Gutes, etwas Nachhaltiges tun können.

Und ob unsere Kunden bereit sind dafür mehr Geld, gutes Geld oder überhaupt weiterhin Geld zu bezahlen, liegt auch in unseren Händen. Nichts zu tun im Sinne der Nachhaltigkeit halte ich für sehr gefährlich und deckt sich zumindest nicht mit meiner Sicht der Dinge.

Und vielleicht werden gerade nachhaltige Druckprodukte doch wieder so „sexy“, dass sie zumindest in einen Erhalt unserer Print-Produkte und aller, die davon leben, einzahlt.



Nachhaltige Printprodukte müssen auch „sexy“ sein, damit der Kunde bereit ist, dafür sein (auch mehr) Geld in die Hand zu nehmen, meint Mark Voges.



www.ravensburger.de

sappi



Sarah Price

Sappi Europe
Sustainability Manager

Nachhaltigkeit prägt Sappis Engagement für den Erfolg von Printmedien

- Papier ist mehr als ein Rohstoff. Es ist ein Wegbereiter für die Zivilisation und den menschlichen Fortschritt.

Großartige Ideen entstehen auf Papier. Und werden so auf der ganzen Welt verbreitet. Papier gibt uns Zugang zu Wissen, ist Speichermedium, überzeugendes Werkzeug und eine ansprechende Kunstform in einem. Papier ist unser Kerngeschäft. Als weltweit führender Anbieter von nachhaltigen Holzfaserprodukten und -lösungen steht deshalb für uns die ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit unserer Arbeit an erster Stelle.

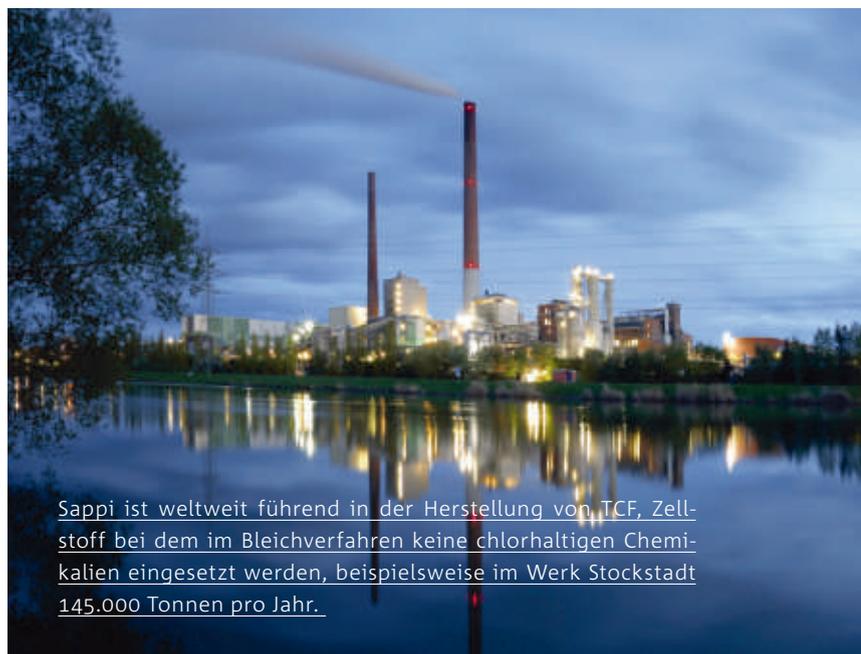
Alles beginnt im Wald

Unsere hochwertigen grafischen Papiere werden aus Holz und Zellstoff hergestellt. Diese natürlichen und erneuerbaren Materialien beziehen wir von Lieferanten, die eine nachhaltige Forstwirtschaft betreiben. Die nachhaltige Forstwirtschaft schützt die langfristige Gesundheit der Wälder, von denen wir alle für saubere Luft und Wasser sowie für den Kampf gegen den Klimawandel abhängig sind.

Tatsächlich kann eine nachhaltige Forstwirtschaft das Wachstum unserer Wälder sogar stimulieren. So sind die europäischen Wälder zwischen 2005 und 2015 um eine Fläche gewachsen, die der Größe der Schweiz entspricht. Dies zeigt, wie eine verantwortungsvolle Bewirtschaftung positive Auswirkungen auf die Wälder haben kann. Die Zahl der Bäume wird weiter zunehmen, solange wir die Wälder bewirtschaften und Bäume pflanzen, um die entnommenen zu ersetzen.

Umweltrelevante Leistungen stetig verbessert

In den europäischen Werken von Sappi wird die Holzfaser zu einer breiten Palette von Papierprodukten verarbeitet. Unsere Werke stellen sicher, dass alle Umwelt-, Sicherheits- und Qualitätskriterien stets überwacht und eingehalten werden.



Sappi ist weltweit führend in der Herstellung von TCF, Zellstoff bei dem im Bleichverfahren keine chlorhaltigen Chemikalien eingesetzt werden, beispielsweise im Werk Stockstadt 145.000 Tonnen pro Jahr.

Alle Produktionsstandorte in Europa sind nach dem Forest Stewardship Council® (FSC®) Programme for the Endorsement of Forest Certification™ (PEFC™) produktkettenzertifiziert. Diese Zertifizierung ermöglicht die Nachverfolgung von zertifiziertem Material vom Wald zum fertigen Produkt und garantiert unseren Kunden die Korrektheit der Zertifizierungsaussage auf den Dokumenten.

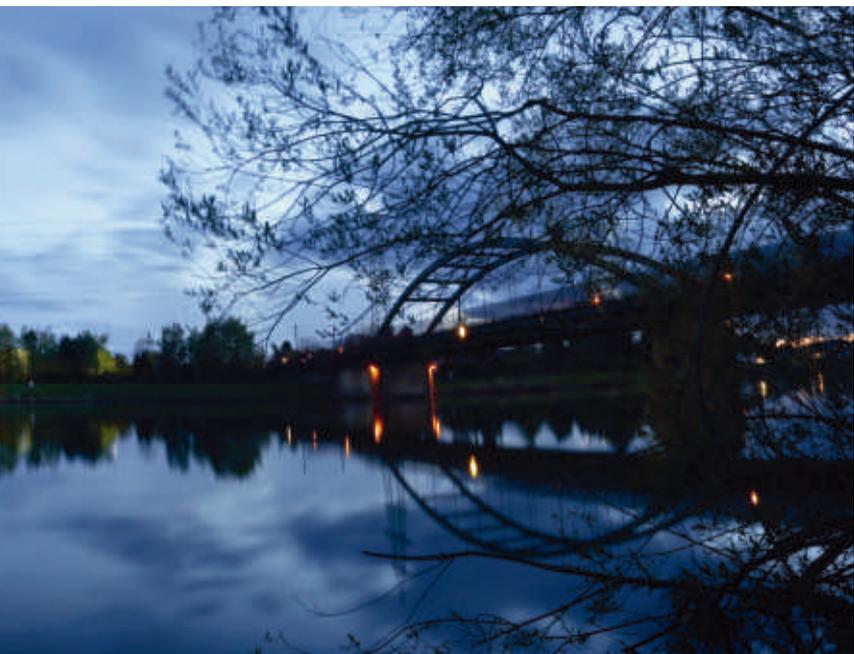
Einige unserer Werke befinden sich innerhalb der Stadtgrenzen und entlang großer Flüsse, die die Städte stromabwärts mit Trinkwasser versorgen. Diese Integration in das städtische Umfeld verpflichtet uns zusätzlich, unseren ökologischen und sozialen Fußabdruck konsequent zu sichern.

Unsere eco-effectiveness Aktivitäten haben einen wichtigen Impuls zur ständigen Verbesserung unserer umweltrelevanten Leistungen in Europa gegeben. Indem wir alle unsere 6.000 Mitarbeiter aufgefordert haben, unsere Arbeitsabläufe zu überdenken, haben wir neue Wege gefunden, unsere Emissionen zu reduzieren, Strom zu sparen und das Papierrecycling zu verbessern. Gemeinsam entdecken wir, dass ökologisch wirksames Handeln – im Kleinen und im Großen – einen entscheidenden Unterschied macht.

Zertifizierung als Entscheidungshilfe für Verbraucher

Sappi-Papierprodukte sind umweltverträglich durch Nachhaltigkeit bei Materialbeschaffung, Herstellung und Produktnutzung. Die Zertifizierung ist wichtig, um die Papierindustrie bei der Umsetzung nachhaltiger Verfahren zu unterstützen und dem Verbraucher gut informierte Entscheidungen zu ermöglichen.

Mit dem EU-Ecolabel nutzen wir eine bekannte Produktzertifizierung für die meisten unserer Produkte. Das Label legt strenge Umweltkriterien über den gesamten Produktlebenszyklus fest.



Wir bei Sappi engagieren uns dafür, dass Print auch zukünftig eine effektive und wirtschaftlich attraktive Wahl bleibt. Ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit steht dabei für uns an erster Stelle.

Wir bieten zudem FSC® und PEFC™ zertifizierte Produkte, um sicherzustellen, dass das Holz aus verantwortungsvoll bewirtschafteter und kontrollierter Forstwirtschaft stammt.

Innovation ist der Kern des Fortschritts

Papier ist nicht nur nachhaltig und erneuerbar, es ist auch recycelbar. Im Jahr 2017 wurde europaweit eine Recyclingquote von 72,3 Prozent erreicht. Damit ist Papier eines der am häufigsten recycelten Materialien. Aus Papier gewonnene Faser kann durchschnittlich sechsmal wiederverwendet werden. Um dieses großartige Ergebnis zu halten, muss Papier weiter im Recyclingstrom gesammelt und verarbeitet werden. Das Sammeln in Behältern für Papier in Unternehmen und Privathaushalten in allen europäischen Städten sorgt für die hohe Recyclingquote. Und die hohen Recyclingquoten reduzieren den ökologischen Fußabdruck von Papier weiter.

Bei Sappi ist die Sicherstellung, dass unser Handeln gut für den Planeten, die Menschen und den Wohlstand ist, ein Prozess, der vor über 80 Jahren mit der Gründung des Unternehmens begann. Dabei war und ist Innovation der Kern des Fortschritts. So stellen wir kontinuierlich den Status quo in Frage und überdenken unsere Arbeitsweise und engagieren uns für den nachhaltigen Erfolg von Printmedien.



www.sappi.com

Zetweka

We realize.



Jürgen
Kleusch

Zetweka

**Geschäftsführender Gesellschafter,
Print & Production Management**

Von Dauer

► Warum man bei Zetweka lieber von Ganzheitlichkeit spricht

Seit Manfred Cuno mich eingeladen hatte, für den GCC Report einen Beitrag zum Thema Nachhaltigkeit zu schreiben, habe ich mehrfach angesetzt, doch schon bald wieder Stift und Papier weggelegt. Zu abgegriffen erscheint mir der Begriff mittlerweile, zu dehnbar in seiner Bedeutung und eingeschränkt zugleich, und in der Industrie oft zum Zwecke reinen Greenwashings eingesetzt.

Ich möchte hier also aus dem üblichen Kontext heraus und habe mich mit der Frage beschäftigt:

Wo leben wir als Unternehmen Nachhaltigkeit, auch ohne den Begriff zu bemühen?

Zetweka wurde 1946 als „Werbedienst“ gegründet. Heute würde man Kommunikations-Agentur dazu sagen. In den Wirtschaftswunder-Jahren sind wir stetig gewachsen, doch im Laufe der Zeit sahen wir die Notwendigkeit, uns zu verändern und unser Geschäftsmodell anzupassen. Unser in dieser Hinsicht einflussreichster Kunde war die Ford Motor Company. Ford hatte erkannt, dass eine klare Trennung zwischen Kreation und Produktion in der Werbung auf Dauer Sinn machte. So ging aus der Werbeagentur Zetweka die erste unabhängige Produktionsagentur in Deutschland hervor, was ein wichtiger Meilenstein für die Zukunft von Zetweka war.

Zetweka wurde für Ford zum technisch-organisatorischen Berater der Marketing-Abteilungen und deren Kreativ-Agenturen sowie zur „rechten Hand“ des Einkaufs. Und wir waren natürlich für die Umsetzung der Print-Kampagnen in Vorstufe und Druck verantwortlich und standen für höchste Qualität gerade. Dieser Tage blicken wir übrigens eine kontinuierliche Geschäftsbeziehung von 70 Jahren mit Ford zurück.

Im Laufe der Zeit haben wir, obwohl unabhängig, den Status eines „outgesourcten“ Kompetenz-Zentrums in der Ford-Welt erlangt und arbeiten für über 40 Märkte sowie alle europäischen Automobil-Werke. Vom Produzent für Print-Kampagnen haben wir uns zum Supply Chain Manager für Marketing-Dienstleistungen und zum Direkt-Lieferanten in die Auto-Produktion entwickelt.

Kurzfristige Gewinn-Maximierung war nie Unternehmensziel, vielmehr haben wir immer an einem partnerschaftlichen und langfristigen Verhältnis zu Kunden gearbeitet. Einschließlich unserer Mitarbeiter und unserer Lieferpartner betrachten wir uns als Teil eines Organismus, der idealerweise symbiotisch kooperiert, sich ergänzt und unterstützt.

Als Dienstleister dienen wir!

Als Print Manager sind wir Akteure in einer extremen Nische. Das bedeutet, dass wir als Berater, Facheinkäufer, Organisatoren und Realisateure einen sehr guten Job machen müssen.

Das funktioniert nur durch stetiges Fördern und Fordern hochqualifizierter Mitarbeiter. Eine flache Hierarchie und ein liberaler, unterstützender Führungsstil gewähren ihnen maximale Freiheit, diese umzusetzen. Jeder bei uns im Hause hat vielerlei Funktionen. Die Teams tauschen sich rege aus und unterstützen einander.

Bei Zetweka arbeiten 28 Mitarbeiter aus unterschiedlichen Ecken der Welt in drei Ländern. Wir vereinen unterschiedliche Kulturen unter einem Firmendach und erachten das als



Bereicherung und als Quelle zur Inspiration. Unser unternehmerisches Leitbild haben wir nicht von einem Berater erstellen lassen, sondern selbst in gemeinsamen Workshops entwickelt.

Mitreißende Visionen werden nicht „von oben“ proklamiert, sondern entstehen im Team.

Bei aller Kontinuität ist es uns wichtig, einen einmal eingeschlagenen Weg nicht stur zu verfolgen, sondern auszuprobieren, was noch geht, auch wenn dabei Fehler gemacht werden. Es ist schwer, sich mit dem Gedanken anzufreunden, doch Fehler müssen sein, um Kontinuität zu befördern. Unser Ziel als Unternehmen ist, zu bestehen – als Gemeinschaft von Individuen und als atmende Organisation.

Hinsichtlich nachhaltiger Entwicklung haben wir uns übrigens mit der Agenda 2030 beschäftigt. Daraus haben wir persönlich und unternehmerisch Ziele und Maßnahmen abgeleitet, die über den sonst üblichen Kontext hinausgehen, man könnte dafür auch ein anderes Modewort bemühen – „Ganzheitlichkeit“. Abschließend ein paar Fragen zum Selbst-Beantworten.

Was ist für Sie nachhaltiger:

Kultur oder Strategie?

Ein Video-Chat oder ein persönliches Gespräch?

Ein Download oder ein Buch?

Vertrauen oder Kontrolle?

Das Team von ZETWEKA (unten) versteht sich mit seiner Arbeit für alle europäischen Automarken und 40 Märkte als Kompetenzzentrum - nicht zuletzt für das, was die Kreativen am liebsten „Ganzheitlichkeit“ nennen. Das schließt nachhaltiges Arbeiten ein, geht aber, so die Kölner, deutlich darüber hinaus.



www.zetweka.com

„Wir denken an die Zukunft“

Was Brennstoffzellenheizung, Photovoltaikanlagen und Hybridautos mit persönlicher Haltung zu tun haben

Nachhaltiger Umgang mit den uns umgebenden Ressourcen beginnt oder endet für viele Mitarbeiter des GCC nicht mit der Arbeitszeit. Ganz im Gegenteil, es prägt in vieler Weise auch Haltung und Handeln bis weit ins private Leben. Drei Beispiele von vielen mögen dafür stehen.

Matthias Cuno

Wie ich in jedem Jahr 5,1 Tonnen CO₂-Ausstoß vermeide

„Als wir unser Haus bauten, war von Anfang an klar, dass es möglichst nachhaltig mit Strom und Wärme versorgt werden sollte. Deshalb installierten wir einer Photovoltaik-Anlage in Kombination mit einer Erdwärmepumpe. Ziel war, den Energiebedarf für Heizung und Warmwasseraufbereitung möglichst selbst zu erzeugen.“

Von dem Strom, den wir aktuell ‚produzieren‘, verbrauchen wir ein Viertel selbst und speisen 75 Prozent ins öffentliche Netz ein. Jahr für Jahr haben wir zudem auf diese Weise seit 2014 den Ausstoß von 5,1 Tonnen CO₂ vermieden. Für die Zukunft ist der Einsatz eines Batteriespeichers geplant, um die Eigenutzung der erzeugten Energie zu erhöhen.“

Alexander Wolf

Wie ich unsere Stromkosten halbierte

„Als Vater von drei Kindern liegt mir der Umgang mit unserer Umwelt sehr am Herzen. Wir haben hier eine Verantwortung und Vorbildfunktion. Deshalb habe mich intensiv mit dem Thema Wärmeer-

zeugung auseinandergesetzt, als meine Heizung in die Jahre kam. Entschieden haben wir uns dann für eine Vitovvalor-Brennstoffzellenheizung.“

Die Investition war trotz eines größeren Förderbetrages nicht unerheblich – aber sie hat sich gelohnt. Neben der Einsparung von Energiekosten (Gas und Strom) durch die Nutzung des selbst erzeugten Stroms reduzieren sich auch die Emissionen des klimaschädlichen Kohlendioxids um rund die Hälfte.

Hinzu kommt, und das ist sozusagen der Blick über den eigenen Tellerrand, dass Brennstoffzellen-Heizgeräte bei Engpässen in der volatilen Stromerzeugung aus Windkraft und Sonnenenergie einen wichtigen Beitrag zur Deckung des Strombedarfs leisten können.

Da dies dezentral geschieht und der Strom im Haus erzeugt wird, werden die Stromnetze entlastet. Seit Dezember 2017 versorgt deshalb die Brennstoffzelle unser Haus und hat unsere Stromkosten fast halbiert.“



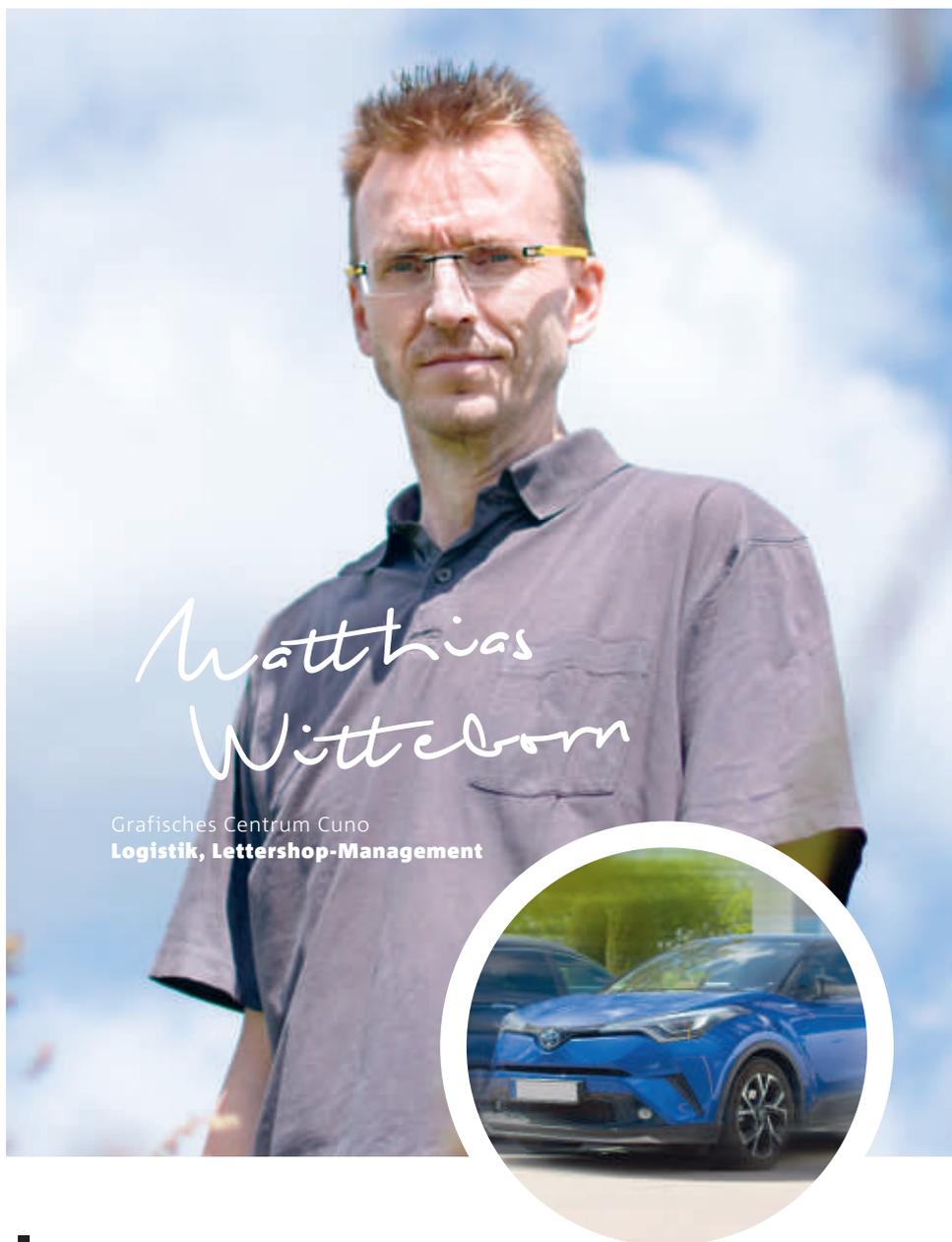
Alexander Wolf

Grafisches Centrum Cuno
**Vertriebsleiter Industriekunden,
Marketingleitung**



Matthias
Cuno

Grafisches Centrum Cuno
Leiter IT - Projektmanagement
und Controlling



Matthias
Witteborn

Grafisches Centrum Cuno
Logistik, Lettershop-Management

Matthias Witteborn

Warum ich einen Hybrid fahre

„Natürlich ist die Auswahl unendlich, wenn man nach einem neuen Auto sucht. Und auch bei den Auswahlkriterien hat jeder seine eigenen Prioritäten. Für mich aber war schnell klar: Mit dem Auto will ich, im übertragenen Sinne, in die Zukunft fahren. Gründlich geschaut und alles abgewogen, fiel dann die Entscheidung für den Toyota C-HR. Es war nicht der Werbespruch vom „schlagzeilenträchtigen Fahrzeugkonzept für morgen“, der mich überzeugte. Das Auto ist schön, ja. Aber vor allem: Ich fahre umweltbewusst durch deutlich geringere Emissionen, ich verbrauche weniger Benzin und habe alles in allem spürbar geringere Kosten.“

Im Übrigen macht das Fahren auch Spaß. Denn der Hybridantrieb setzt in jeder Fahrsituation automatisch den optimalen Antrieb ein. Bei Fahrten bis ca. 50 km/h fährt der Hybrid rein elektrisch, bei zügigeren Fahrten nutzt er die kombinierte Kraft von Elektro- und Verbrennungsmotor. So ist das Fahrzeug streckenweise rein elektrisch unterwegs oder kann – zum Beispiel beim Überholen – zusätzliche Leistung dynamisch abrufen. Perfekt für mich.“

Produckthighlights, die nachhaltig überzeugen

Lieblingsbücher, Lieblingskataloge, Lieblingszeitschriften - in allen unseren Produktgruppen finden sich vielfältige Beispiele dafür, wie diese nachhaltig produziert werden können.

Sei es das verwendete Papier (natürlich FSC®- und PEFC™-zertifiziert), die eingesetzte Farbe (selbstredend ohne toxische Bestandteile), die gewünschte Veredlung (zum Beispiel mit spezifischem Lack) oder der ganz spezielle Verpackungswunsch (zum Beispiel mit recycelbarer Folie oder ganz ohne diese). Alle Produkte, die auf diesen Seiten beispielhaft zu sehen sind, wurden im GCC klimaneutral produziert.



Hardcover: Yaotaos Zeichen
Verlag: kunstanstifter GmbH



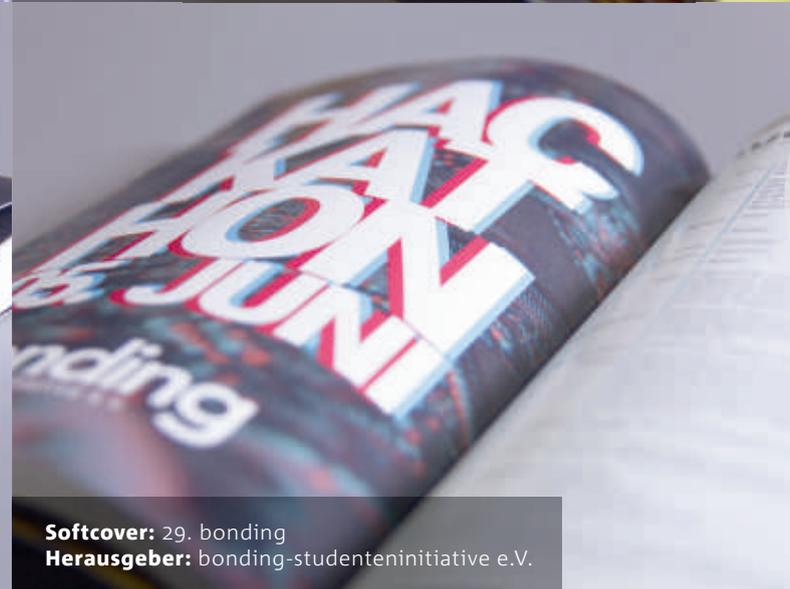
Hardcover: Wörterwuselwelten
Verlag: kunstanstifter GmbH



Softcover: Geschäftsbericht 2017
Herausgeber: Baugenossenschaft freier Gewerkschafter eG



Softcover: Sustainable Urban Planning
Herausgeber: Edition Detail



Softcover: 29. bonding
Herausgeber: bonding-studenteninitiative e.V.



GCC-Vertriebschefin Christiane Trepte (Foto oben rechts) weiß aus ihren täglichen Kontakten, wie sehr das Thema Nachhaltigkeit von Kunden in den Fokus gerückt wird. „Hier spielen“, so sagt sie aus Erfahrung, „viele Aspekte eine Rolle:

Einerseits gibt es bei den ‚Endkunden‘ der Verlage, den Lesern also, eine wachsende Sensibilität dafür, wie und aus welchem Material Produkte hergestellt werden. Das spielt in den strategischen Überlegungen unserer Partner natürlich eine zunehmende Rolle. Andererseits werden wir als Mediendienstleister vor die Aufgabe gestellt, die Verlässlichkeit der ganzen Lieferkette in Sachen Nachhaltigkeit zu garantieren – was zweifelsohne nicht einfach ist.“



Zeitschrift: weben+ Heft 1/ 2019
Verlag: Inge Seelig



Hardcover: Smart Business Concepts
Verlag: Smart Business Concepts



Softcover: Geschäftsbericht 2017
Herausgeber: Baugenossenschaft freier Gewerkschafter eG



Softcover: Kunstführer, Staatliche Schlösser und Gärten
Verlag: Michael Imhof Verlag GmbH & Co. KG



Softcover: Geschäftsbericht 2017
Herausgeber: Kaifu Nordland eG



Hardcover: Yaotaos Zeichen
Verlag: kunstanstifter GmbH



Softcover: Geschäftsbericht 2017
Herausgeber: Kaifu Nordland eG



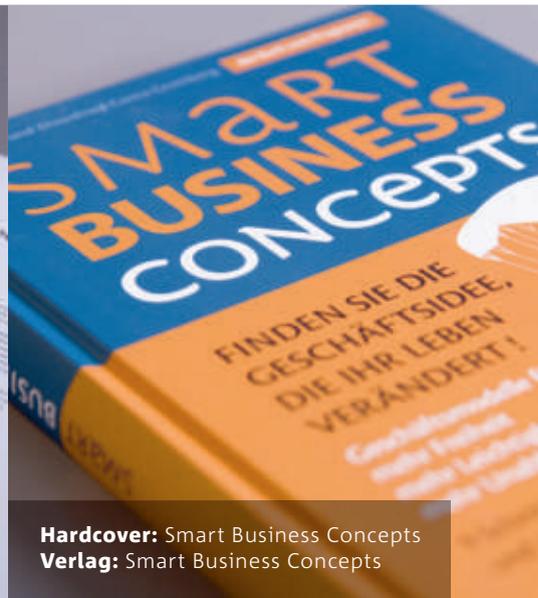
Hardcover: Planungshandbuch
Herausgeber: Rinn Beton- und Naturstein GmbH & Co. KG



Softcover: Kunstführer, Staatliche Schlösser und Gärten
Verlag: Michael Imhof Verlag GmbH & Co. KG



Softcover: Sustainable Urban Planning
Herausgeber: Edition Detail



Hardcover: Smart Business Concepts
Verlag: Smart Business Concepts



Softcover: 29. bonding
Herausgeber: bonding-studenteninitiative e.V.



Hardcover: Wörterwuselwelten
Verlag: kunstanstifter GmbH



Softcover: Geschäftsbericht 2017
Herausgeber: BGFG



Hardcover: Ich werde über diese Merkwürdigkeit noch etwas Drucken lassen
Herausgeber: kunstanstifter GmbH



Hardcover: Ein Weihnachtslied
unterm Apfelbaum
Verlag: Magellan GmbH & Co. KG

Kleines Lexikon

CO₂- Fußabdruck

Beim CO₂-Fußabdruck (carbon footprint) handelt es sich um die Menge an CO₂-Emissionen, die ein Mensch in einer bestimmten Zeit verursacht. Diese Bilanz zeigt auf, wie man im Durchschnitt dasteht: Bei einem großen Fußabdruck werden überdurchschnittlich viele Emissionen verursacht; ein kleiner Fußabdruck hingegen impliziert ein klimafreundliches Leben. Möchte man wissen, wie die eigene Klimabilanz aussieht, kann man den CO₂-Fußabdruck berechnen. Hierzu sind Angaben u.a. zu Stromverbrauch, Heizbedarf, Konsumverhalten, Essgewohnheiten und Transport notwendig.

Unternehmen verschiedener Branchen analysieren seit 2009 im Projekt „Product Carbon Footprint“ (PCF) die CO₂-Emissionen einzelner Produkte entlang ihrer Wertschöpfungsketten: von Beschaffung, Verarbeitung und Transport bis zur Nutzung und Entsorgung. Fallstudien zeigten, dass es möglich ist, CO₂-Fußabdrücke von unterschiedlichen Produkten methodisch sauber und vergleichbar zu erfassen. Dafür eignet sich die internationale Ökobilanzierungsnorm ISO 14040/44. Unternehmen können emissionsreiche Phasen der Wertschöpfung und Einsparpotenziale identifizieren. Nicht zuletzt lässt sich feststellen, ob Produkte durch ihre Anwendung zum Klimaschutz beitragen – für einige Unternehmen ist das bereits ein Verkaufsargument oder eine Möglichkeit, sich unter den Wettbewerbern hervorzuheben.

Cradle to cradle-Produktion

Das auch als Philosophie bzw. System wahrnehmbare Cradle-to-Cradle-Prinzip (engl., dt. wörtlich „von Wiege zu Wiege“, abgekürzt auch „C2C“, sinngemäß „vom Ursprung zum Ursprung“) als Ansatz für eine durchgängige und konsequente Kreislaufwirtschaft wurde Ende der 1990er-Jahre von dem deutschen Chemiker Michael Braungart und dem US-amerikanischen Architekten William McDonough entworfen: „Cradle-to-Cradle-Produkte“ sind demnach solche, die entweder als biologische Nährstoffe in biologische Kreisläufe zurückgeführt oder als „technische Nährstoffe“ kontinuierlich in technischen Kreisläufen gehalten werden können.

CSR = Corporate Social Responsibility

Der Begriff Corporate Social Responsibility oder Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung (oft auch als Unternehmerische Sozialverantwortung bezeichnet) umschreibt den freiwilligen Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung, der über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht. CSR steht für verantwortliches unternehmerisches Handeln in der eigentlichen Geschäftstätigkeit (Markt), über ökologisch relevante Aspekte (Umwelt) bis hin zu den Beziehungen mit Mitarbeitern (Arbeitsplatz) und dem Austausch mit den relevanten Anspruchs- bzw. Interessengruppen (Stakeholdern).

Erneuerbare Energien

Erneuerbare Energie ist Energie aus nachhaltigen Quellen wie Wasserkraft, Windenergie, Sonnenenergie, Biomasse und Erdwärme. Im Gegensatz zu den fossilen Energieträgern Erdöl, Erdgas, Stein- und Braunkohle sowie dem Uranerz verbrauchen sich diese Energiequellen nicht.

FSC

Das FSC-Logo signalisiert dem Verbraucher, dass es sich um Papier aus Holz handelt, das aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft stammt. Vergeben wird das Logo von der gemeinnützigen Organisation Forest Stewardship Council.

Nachhaltigkeit

Das in der Forstwirtschaft seit Jahrhunderten angewandte Prinzip der Nachhaltigkeit ist als Art und Weise des Wirtschaftens zu bezeichnen, bei welcher derzeitige Bedürfnisse befriedigt werden, ohne zukünftigen Generationen die Lebensgrundlagen zu entziehen (Sustainable Development). Nachhaltigkeit kennzeichnet langfristig orientiertes Denken und Handeln, um ein Fließgleichgewicht der natürlichen Ressourcen zu erreichen.

Nachhaltigkeit ist ein normativer Schlüsselbegriff der modernen Gesellschaft. Seine gewachsene Bedeutung ist Resultat zunehmender gesellschaftlicher Problemlagen, angefangen von Armut über Umweltverschmutzungen bis hin zum Klimawandel. Als konsensfähig gilt die Interpretation von Nachhaltigkeit im Sinne der triple bottom line, welche die Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales umfasst. Gleichzeitig liegt dem Nachhaltigkeitsbegriff eine erweiterte Berücksichtigung der Zeitdimension zugrunde; d.h. die Erkenntnis der Möglichkeit, durch heutige Handlungen zukünftige Handlungsbedingungen, insbesondere Potenziale und Restriktionen, positiv wie negativ beeinflussen zu können. Insgesamt wird damit die Idee der inter- und intragenerativen Gerechtigkeit transportiert.

Pariser Klimaschutzabkommen

Das Übereinkommen von Paris ist eine Vereinbarung der 196 Mitgliedsstaaten der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen (UNFCCC) mit dem Ziel des Klimaschutzes in Nachfolge des Kyoto-Protokolls. Das Übereinkommen wurde am 12. Dezember 2015 auf der UN-Klimakonferenz in Paris verabschiedet und sieht die Begrenzung der menschengemachten globalen Erwärmung auf deutlich unter 2 °C gegenüber vorindustriellen Werten vor. Es trat am 4. November 2016 in Kraft.

Mit Stand vom 7. November 2017 erkannten es alle Staaten der Erde bis auf Syrien an, das im November 2017 jedoch ebenfalls seine Beitrittsabsicht bekannt gab. Die USA kündigten Mitte 2017 ihren Austritt zum Jahr 2020 an, womit sie das einzige Land weltweit wären, das dem Abkommen nicht angehört.

PEFC

Das PEFC-Siegel (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) verweist auf die Verwendung von Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern. Das Programm wurde 1998 von skandinavischen, französischen, österreichischen und deutschen Waldeigentümern gegründet. Ziel ist es, mit Standards unter Berücksichtigung der ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekte eine nachhaltige Waldwirtschaft zu gewährleisten. Nach Angaben von PEFC sind rund zwei Drittel der Waldfläche Deutschlands – also über sieben Millionen Hektar – mit dem PEFC-Siegel ausgezeichnet.

Recycling

Beim Recycling werden Abfallprodukte wiederverwertet bzw. deren Ausgangsmaterialien werden zu Sekundärrohstoffen. Recycling ist definiert als „jedes Verwertungsverfahren, durch das Abfälle zu Erzeugnissen, Materialien oder Stoffen entweder für den ursprünglichen Zweck oder für andere Zwecke aufbereitet werden. Es schließt die Aufbereitung organischer Materialien ein, aber nicht die energetische Verwertung und die Aufbereitung zu Materialien, die für die Verwendung als Brennstoff oder zur Verfüllung bestimmt sind“ (§ 3 Abs. 25 deutsches Kreislaufwirtschaftsgesetz).

Gesetzlich wird erst von „Recycling“ gesprochen, wenn der Rohstoff zuvor als Abfall einzustufen war; andernfalls handelt es sich um Wiederverwendung. Der umgangssprachliche Gebrauch des Begriffs Recycling umfasst oft beide Bedeutungen.

SDGs

SDGs (englisch Sustainable Development Goals) sind 17 politische Zielsetzungen der Vereinten Nationen (UN), die der Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung auf ökonomischer, sozialer sowie ökologischer Ebene dienen sollen. Die Ziele traten am 1. Januar 2016 mit einer Laufzeit von 15 Jahren (bis 2030) in Kraft und gelten für alle Staaten. Der offizielle deutsche Titel lautet „Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung.“

Die Ziele sind: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen; die Armut in all ihren Formen und überall beenden; Ernährung sichern – den Hunger beenden und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern; ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern; inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern; die Gleichstellung der Geschlechter und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen; Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung; Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und zeitgemäßer Energie für alle sichern; dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern; eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen; die Ungleichheit in und zwischen Ländern verringern; Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten; nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen; Sofortmaßnahmen ergreifen, um den Klimawandel und seine Auswirkungen zu bekämpfen; Bewahrung und nachhaltige Nutzung der Ozeane, Meere und Meeresressourcen; Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen; leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen; Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben füllen.

SpaEfV

Die deutsche Spitzenausgleich-Effizienzsystemverordnung ist eine Rechtsverordnung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie aus dem Jahr 2013. Sie benennt die Voraussetzungen, unter denen für bestimmte Unternehmen in Sonderfällen eine Steuerentlastung gewährt wird. Energieintensive Unternehmen des produzierenden Gewerbes erhalten über den sogenannten Spitzenausgleich einen Teil der von Ihnen entrichteten Strom- und Energiesteuern zurück. Seit 1. Januar 2013 müssen sie hierfür den Nachweis eines betrieblichen Energiemanagements erbringen. Die Spitzenausgleich-Effizienzsystemverordnung konkretisiert die Anforderungen an dieses Umwelt- und Energiemanagement.

Die SpaEfV regelt die Anforderungen an alternative Systeme zur Verbesserung der Energieeffizienz, die Anforderungen an den Nachweis über den Beginn und den Abschluss der Einführung sowie die Befugnisse der im Energie- und Stromgesetz genannten Stellen zur Überwachung und Kontrolle.

UTZ

Wer im Supermarkt Verpackungen von Kaffee oder Tee genauer studiert, dem fällt bei einigen Produkten ein Siegel auf – UTZ Certified. Das Siegel soll deutlich machen, dass die verwendeten Rohstoffe wie Tee, Kaffee und Kakao aus nachhaltigem Anbau stammen. UTZ ist eine unabhängige Stiftung mit Hauptsitz in Amsterdam, die im Jahre 2002 gegründet wurde. Ihren Namen erhielt UTZ aus der Sprache der Maya, das Wort bedeutet übersetzt „Gut“. Die Unternehmen, die sich auf eine Teilnahme bewerben, werden von unabhängigen Drittparteien geprüft. Wer ein Siegel erhält, darf damit für ein Jahr auf seinen Verpackungen werben.

Quellen: *Lexikon der Nachhaltigkeit, Wikipedia, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie*



Grafisches Centrum Cuno GmbH & Co. KG

Gewerbering West 27
39240 Calbe/ Saale
Germany

Tel. +49 39291 428 0
FAX +49 39291 428 28

info@cunodruck.de
www.cunodruck.de

Redaktion

Dr. Heinzgeorg Oette, Alexander Wolf

Gestaltung

FORMFLUTDESIGN UG, Agentur für Gestaltung

Druck

Grafisches Centrum Cuno GmbH & Co. KG



BEI UNS WIRD DIE ZUKUNFT GEDRUCKT.

WIR MACHEN

LIEBLINGSBÜCHER.
LIEBLINGSKATALOGE.
LIEBLINGSZEITSCHRIFTEN.

www.cunodruck.de

Sozial
Ökologisch
Wirtschaftlich

KOMPROMISSLOS NACHHALTIG

WIR HANDELN IM GEISTE DER ZEIT.

Der komplexe Mediendienstleister

 **GCC**
Grafisches Centrum Cuno