

GCC REPORT

Die Zeitschrift des
Grafischen Centrums Cuno
Ausgabe 11 / Mai 2021

PERSONEN
PROJEKTE
PRODUKTE

//thema: NACHHALTIGKEIT - NEUE ANSÄTZE UND NEUE IDEEN

- Dreiklang von Ökonomie, Ökologie und Sozialem
- Nachhaltigkeitstreiber Digitalisierung
- Cradle to Cradle – aber wie?
- Zwischen Arktis und 7Continents-Run

Forum der Experten

Brauchen wir eine
Wende oder „nur“
mehr Konsequenz?

Seiten 16 bis 35 >

Von der Biotonne bis zu „Quickwins“ –
Was in Unternehmen geschieht



WWW.CUNODRUCK.DE



Spezial
Ausgabe

Seite 3 > **MANFRED CUNO; CHRISTOPH KREISER EDITORIAL** –
Ergreifen wir die Chancen der Veränderung

Seite 5 > **AUTORENTEAM DES GCC** –
Wie wir Nachhaltigkeit sehen
und was wir dafür tun

Seite 10 > **STEFFEN CUNO, MATTHIAS KAUSMANN, KAI MÜLLER, ANKE TSCHAUNER, JUTTA WESCHE GCC** –
Digitalisierung als Nachhaltigkeitstreiber / Prozessoptimierung von Vorstufe bis Logistik

Seite 18 > **ANDREAS MAKUS, ACHILLES** –
Was eine Biotonne mit Veredelungen zu tun hat

Seite 20 > **STEFFEN BOLLERMANN, BONNIER** –
Nachhaltigkeit braucht Transparenz

Seite 22 > **HEIKO BELITZ, GRUNER+JAHR** –
Wir möchten jedes einzelne Magazin nachhaltiger gestalten

Seite 24 > **RALF REBSCHER, MAGELLAN** –
Den CO₂-Stempel selbst verkleinern

Seite 26 > **HOLGER SASSE, NOVO-TECH** –
Cradle to Cradle: Endlose Kreislauffähigkeit

Seite 28 > **BARBARA SCHEUER, RANDOM HOUSE** –
Nachhaltiges Büchermachen – mehr als Klimazertifikate

Seite 30 > **MARK VOGES, RAVENSBURGER** –
Nachhaltigkeit leben und leben lassen

Seite 32 > **MARCO EIKELNBOOM, SAPPI** –
Verpackungen in Kreisläufen denken

Seite 34 > **TORSTEN BASTIAN, ZEIT-VERLAGSGRUPPE** –
Nachhaltigkeit in der ZEIT-Produktion

Seite 36 > **ESTHER HORVATH**, Arktis-Bildband aus dem GCC

Seite 38 > **NORMAN BÜCHER, 7CONTINENTS** – Jungen Menschen weltweit eine Stimme geben

Seite 40 > **SHOWROOM GCC** – Produkte und Projekte

Seite 42 > **ULTRA HD-PRINT** – Eine geheime Revolution ist im Gange

Seite 44 > **MÜLL GEGEN MÜLL** – Recycling-News - WILDPLASTIC recycelt Kunststoff zum Design-Müllbeutel

Seite 46 > **LEXIKON** – erklärt, wissenswert, zitiert

Seite 51 > **IMPRESSUM**



EDITORIAL

Von Manfred Cuno und Christoph Kreiser

Manfred Cuno
Geschäftsführender
Gesellschafter

Christoph Kreiser
Geschäftsführer

► Ergreifen wir die Chancen der Veränderung

„Wir können den Wind nicht ändern, aber die Segel anders setzen“ – das Zitat des Griechen Aristoteles beschreibt treffend unsere unternehmerische Haltung. Und um dieses Bild aufzunehmen: Was uns, dem Unternehmen GCC, wie auch allen anderen in der Branche im vergangenen Jahr um die Ohren pfiß, war nicht nur Wind, sondern in den Spitzen auch ein veritabler Sturm. Wenigen sonnigen Tagen im Marktgeschehen folgten häufig trübe Abschnitte, begleitet manchmal auch von regelrechten Blitzeinschlägen, die Kaltblütigkeit und Nervenstärke an vielen Stellen im Unternehmen erforderten.

Dies alles war im Sommer 2019, als unser erster Nachhaltigkeitsreport erschien, natürlich nicht abzusehen. Umso mehr ist beeindruckend, wie sehr sich die Erkenntnisse und Prognosen von damals – von vielen Experten der Branche in unserem Special 1 zur Nachhaltigkeit beschrieben – als richtig erwiesen. Nachhaltiges Handeln, ökonomisch, ökologisch und sozial, ist kein Zierrat, sondern Zukunft konstituierende Lebens- und Arbeitsweise – vom einzelnen Unternehmen bis hin zur ganzen Gesellschaft.

Für uns also heißt Nachhaltigkeit, anders beschrieben, heute mehr denn je, unsere Unternehmensverantwortung anzunehmen und alle notwendigen Maßnahmen zur langfristigen Sicherung von Arbeitsplätzen für die Zukunft fortzuführen. Und zugleich in diese unternehmerische Verantwortung all unsere Mitarbeiter einzubeziehen, sie dafür zu motivieren.

► Gemeinschaft schafft Sicherheit

Es ist zutiefst menschlich, dass vor allem Gemeinschaft Sicherheit schafft. Auch 2021 werden wir im GCC durch gemeinsame Arbeit weiter und noch mehr Sicherheit schaffen. Dabei hilft uns, dass sich wichtige Entscheidungen der Vergangenheit nun, allen Querdenkern und Schwarzsehern zum Trotz, als richtig herausgestellt haben.

Lange zweifelten manche, ob die umfangreichen Investitionen und die konsequente Orientierung des GCC auf eine starke Buchproduktion die richtigen Entscheidungen für die Zukunft seien. Die Corona-Krise hat nun wie in einem Brennglas gezeigt, dass wir so nicht nur „überlebensfähig“ sind, sondern vielmehr eine gute Zukunft haben – was nicht jeder in der Branche sagen kann. Wir haben mit dem Buch und unserer qualitativ ebenso hochwertigen wie nachhaltigen Produktion im Ultra-HD-Print-Verfahren auf das richtige „Pferd“ für die Zukunft gesetzt.

Das Buch ist auch in Krisenzeiten fest in der Gesellschaft verankert. Buchhandlungen und Verlage nutzten in der Corona-Krise erfolgreich ihre Stärken. Umsatzgewinne verbuchte das Kinder- und Jugendbuch, hiervon hat das GCC als leistungsfähiger, zukunftsorientierter Mediendienstleister mit profitiert. Unser Jahresergebnis 2020 war annähernd ausgeglichen, auf 2021 blicken wir zuversichtlich. Die große Nachfrage nach Kinder- und Jugendbüchern in den vergangenen Monaten macht deutlich, dass Bücher in Krisenzeiten auch in diesem Bereich eine wichtige Funktion übernehmen: Sie bieten nicht nur Beschäftigung, sondern ermöglichen auch Bildung und geben Halt.



Weit über 2021 hinausschauen

Natürlich richtet sich unser Blick nicht nur auf 2021. Es war schon immer eine Stärke des GCC, weit vorausschauen, geboren aus dem für die Mitarbeiter und ihre Familien vorhandenen Verantwortungsgefühl der Familie Cuno. Deshalb sei hier bekräftigt: Wir werden alles tun, um das GCC in eine auch weiter sichere Zukunft zu führen.

Dies hier zu unterstreichen, ist auch eine Antwort auf die in unserer Gesellschaft leider weit verbreitete irrationale Angst vor Veränderungen. Jede Veränderung, ob sie mit dem erdumspannenden Ringen um mehr Nachhaltigkeit oder der zunehmenden Digitalisierung vieler Prozesse einherkommt, bietet auch jede Menge Chancen. Sie zu nutzen, liegt an jedem selbst – das ist auch ein Teil der Freiheit, die dieses Land vor über 30 Jahren gewonnen hat.

i

Was wollen wir also festhalten:

- > Unsere Strategie für die nächsten Jahre wird nicht von maßloser Expansion, sondern von Bestandssicherung mit Augenmaß geprägt sein. Die Voraussetzungen dafür sind materiell, finanziell und personell sehr gut.
- > Alles, was ein mittelständischer Betrieb braucht, der in der ersten Liga mitspielt, haben wir installiert. Wir werden weiter investieren, wo Prozesse mehr Tempo brauchen oder die Arbeit der Menschen erleichtert wird, beispielsweise im IT-Bereich und in der Robotik.
- > Wir werden, und das liegt in der DNA unseres Unternehmens, auch künftig den Kontakt von Mensch zu Mensch erhalten. Wir wollen in der Online-Welt durchaus zu Hause sein, setzen aber weiter auf den individuellen Sachverstand – was im Übrigen auch der vorliegende Report erneut beweist – und das direkte Gespräch. Die persönliche Präsenz im Vertrieb, zum Beispiel durch unseren Außendienst, ist nicht hoch genug einzuschätzen und wird auch künftig erhalten und wieder aufleben.

Mit alldem leisten wir als GCC einen wesentlichen, nachhaltigen Beitrag für die Zukunft unserer Gesellschaft. Auf dem Weg aus der Krise heraus und in der Zeit danach stellen sich neue Fragen über die Zukunft unserer Branche, ja der ganzen Gesellschaft, zu deren Diskussion, da sind wir sicher, auch dieser neue Report einen Beitrag leisten wird. Schon jetzt gilt dafür allen, die in und mit diesem Report die Debatte befruchten, unser ganz persönlicher Dank.

Zweites Leben

Anteile der stofflichen
Verwertung beim
Verpackungsmüll
in Deutschland,
2018 Auswahl



92%
Metall

88%
Papier

83%
Glas

47%
Kunststoffe

25%
Holz

Wie wir Nachhaltigkeit sehen und was wir dafür tun

Autorenteam des GCC: Manfred Cuno, Christoph Kreiser, Danny Buschner, Dennis Buze, Daniel Eckstein, Johannes Hinze, Mathias Hocke, Thomas Sedlack, Alexander Wolf

Es gibt den schönen Gedanken, der da sagt: Den Rest unseres Lebens werden wir in der Zukunft verbringen, also lohnt es sich, darüber nachzudenken. Was keineswegs im Gegensatz dazu auch heißt, zuerst nach hinten zu schauen. Denn aus dem Blick in die Vergangenheit kann man, wohl verstanden, viel Mehrwert für die Zukunft generieren.

Als dieses Unternehmen in den gesamtdeutschen Markt eintrat, behaupteten wir aus gutem Grund:

„Das GCC kann drucken“. Viele weitere Schritte später wurde daraus ein: „Wir drucken nachhaltig“. Dieser aus Lebenserfahrung und der Beobachtung des Marktes gewonnene Gedanke und unser Handeln, auch als Heidelberger Konzeptkunde, haben uns über die Jahre zu einem der effizientesten Komplettanbieter der grafischen Industrie wachsen lassen.

Dieses Wachstum nun soll kein Selbstzweck sein, wir wollen es weitergeben: Unsere Arbeit soll gut sein, damit auch unsere Kunden weiter wachsen können.

Wachstum ja – aber wie und wofür? Die Antwort ist so einfach wie anspruchsvoll in der Umsetzung, sie liegt in der Symbiose des Begriffspaars Wachstum und Nachhaltigkeit.

Ökostrom aus Sonnenenergie zu nutzen, ist für das GCC seit Jahren eine Selbstverständlichkeit. Fast die gesamte Dachfläche der Gebäude und Hallen des Unternehmens ist mit Sonnenkollektoren bestückt.

Dreiklang von Ökonomie, Ökologie und Sozialem

Nachhaltigkeit ökonomisch betrachtet bedeutet: bei der Herstellung jedes Produkts durch wirtschaftlich sinnvolle Prozesse die negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren und gleichzeitig Energie und natürliche Ressourcen zu schonen.

Nachhaltigkeit mit Blick auf die Ökologie heißt, knapp beschrieben: Es sollte nicht mehr verbraucht werden, als jeweils nachwachsen, sich regenerieren, künftig wieder bereitgestellt werden kann.

Der Kern dieses „Nutzungskonzepts“ also ist es, eine Ressource so zu nutzen, dass sie keinen bleibenden Schaden nimmt und auch künftigen Generationen in gleicher Weise zur Verfügung steht. Nachhaltigkeit bedeutet Maßhalten, Selbstdisziplin und Selbstbeschränkung. Was, nicht nur nebenbei bemerkt, auch heißt: Billig einzukaufen, ohne die Ressourcen komplex zu bewerten, ist nicht im Sinne nachhaltigen Handelns.

Nachhaltigkeit mit Blick auf die „Human Resources“ schließlich heißt für uns, das GCC so nachhaltig zu führen, dass sich die Mitarbeiter mit ihrem GCC identifizieren können, sich entwickeln und wohlfühlen, ihre Kreativität einbringen können und Mitarbeiterfluktuation für uns kein Thema ist.



ZEHN GCC-ERKENNTNISSE

**In den vergangenen Jahren sind, nicht unumstritten, indes-
sen jedoch fester Bestandteil unseres Denkens und Han-
delns, zehn Erkenntnisse gewachsen, die wir hier kurz zu-
sammenfassen:**

1. Nachhaltigkeit war, ist und wird immer wichtiger

Nachhaltige Unternehmensführung ist wichtiger denn je. Der Wandel zur aktiven Nachhaltigkeit ist sehr deutlich spürbar. In den Medien, im Konsumentenverhalten und in der Politik werden Akzeptanz und Verständnis dafür immer größer. Heute zeigt sich eine Mehrheit der Verbraucher sensibilisiert – aber keinesfalls unkritisch – dem Thema Nachhaltigkeit gegenüber.

2. Nachhaltige Produktion rechtfertigt höhere Preise

Nachhaltiges Handeln ist nicht nur als Herausforderung, sondern auch als Chance zu begreifen. Denn einige unserer Endkunden sind durchaus bereit, für eine nachhaltige Produktion mehr Geld auszugeben. Faire Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und ein schonender Umgang mit Ressourcen werden von den Verbrauchern in der Zukunft als Grundwerte vorge-schrieben.

3. Nachhaltigkeit ist ein nachprüfbares Qualitätskriterium

Im Gegensatz zu vielen Marketingversprechen, die für die Kunden häufig nicht greifbar sind, lässt sich die Nachhaltigkeit konkret nachweisen. Ein Pluspunkt für die Glaubwürdigkeit des GCC.

4. Nachhaltigkeit stärkt ein positives Image

Nachhaltiges Engagement sollte nicht das Geheimnis des Un-ternehmens bleiben. Tu Gutes und sprich darüber – das ist das GCC.

5. Sparsamer Ressourcenumgang senkt Kosten

Bei diesem Thema handelt es sich um eine Philosophie, die ganzheitlich im GCC gelebt wird. Nachhaltig zu agieren bedeut-et nicht nur, den Stromanbieter auf 100 Prozent Ökostrom zu wechseln, der bewusste Umgang mit Ressourcen erstreckt sich auch auf die Nutzung von Strom, Wasser, Papier, Verpackung – oder Dienstwagen.

6. Nachhaltiger Strom ist zukunftsweisend

Optimal ist es natürlich, wenn der Strom nicht nur sparsam ver-braucht wird, sondern darüber hinaus auch noch aus nachhal-tigen Quellen, wie Photovoltaik, stammt. Das ist nicht nur öko-logisch sinnvoll, sondern auch zukunftsweisend: Solarstrom ist schon heute zum Teil günstiger zu haben als Strom aus herkömmlichen Quellen. Spezialisierte Anbieter für Ökostrom helfen uns als GCC, unsere Klimabilanz zu optimieren und die Kosten nachhaltig zu senken.

7. Nachhaltigkeit schützt vor Shitstorms

In Zeiten von Digitalisierung und Social Networks bleiben un-faire Produktionsbedingungen und Umweltsünden kaum mehr verborgen – und werden von den Nutzern schnell empfindlich abgestraft. Immer wieder geraten Unternehmen in die Schlag-zeilen, wenn diese kaum hinnehmbare Arbeitsbedingungen dulden und Umweltressourcen verschwenden.

8. Nachhaltiges Handeln bindet Kunden

Die für das GCC ethisch korrekte und ressourcenschonende Firmenphilosophie ist ein wichtiger Baustein in unserer Kun-denbindung. Wenn unsere Kunden mit gutem Gewissen den Service unseres Unternehmens nutzen können und das Gefühl haben, damit etwas Positives zu leisten, werden sie von reinen Konsumenten zu echten Markenbotschaftern.

9. Mitarbeiter lassen sich gewinnen und langfristig binden

Da das GCC hochqualifizierte und motivierte Mitarbeiter sucht, profitieren wir von diesem positiven Image und unserer „grü-
nen“ Unternehmensphilosophie. Gerade die junge Generation legt immer größeren Wert auf ein nachhaltiges Ressourcen-management. Ökologisch korrekte Arbeitsstrukturen fördern zudem die Identifikation unserer Mitarbeiter mit dem GCC.

10. Nachhaltige Unternehmen haben die Nase vorn

Ressourcenknappheit ist kein reines Image-Thema mehr, son-
dern Realität. Durch gesetzliche Rahmenbedingungen für Emissionswerte werden unsere Herstellungskosten von Jahr zu Jahr teurer. Wir wollen und sind vorbereitet, die Vorausset-zungen der Zukunft zu erfüllen, denn bei einer Gesetzesände-rung muss kurzfristig nachgerüstet und müssen Maßnahmen schnell umgesetzt werden – was mit höheren Kosten und grö-
ßerem Aufwand verbunden ist. Ohne Weitblick kann das nicht mehr vom Unternehmen gestemmt werden.

THE BIG

D
D

C

Ausblick in Richtung Cradle-to-Cradle

Für das Jahr 2021 strebt das GCC nun eine Cradle-to-Cradle-Zertifizierung unseres Druckbereiches an.

Jährlich landen allein in der EU laut Statistikamt rund drei Milliarden Tonnen hochwertiger Stoffe auf Müllhalden und/oder in Verbrennungsanlagen. Die Tendenz ist steigend. Das Konzept von Cradle-to-Cradle (C2C), ins Deutsche übersetzt: „Von der Wiege zur Wiege“ oder „Vom Ursprung zum Ursprung“, will diese Situation an der Wurzel anpacken.

Durch ein durchgängiges und konsequentes Kreislaufwirtschaftskonzept sind „Cradle-to-Cradle-Produkte“ demnach solche, die entweder als biologische Nährstoffe in biologische Kreisläufe zurückgeführt oder als technische Nährstoffe kontinuierlich in technischen Kreisläufen gehalten werden können.

Die fünf Kriterien dabei sind Materialgesundheit, Kreislauffähigkeit, der Einsatz erneuerbarer Energien, ein verantwortungsvoller Umgang mit Wasser sowie soziale Gerechtigkeit. Bei der Anwendung dieses Konzepts gibt es für uns – und wir wollen ausdrücklich betonen, dass wir dabei erst auf dem Weg sind – keinen Abfall mehr. Wie in der Natur bleiben alle Substanzen in einem Kreislaufwirtschaftskonzept erhalten. Unsere Druckprodukte werden für den Recyclingprozess kontinuierlich optimiert. Die dabei anfallenden Stoffe gelten somit als Wertstoffe und werden in den biologischen und warenwirtschaftlichen Kreislauf zurückgegeben.

Jetzt an morgen denken – wir alle sind Baumeister der Zukunft

Das Grafische Centrum Cuno ist in Sachen Nachhaltigkeit – so, wie wir es immer waren – wie viele andere, auf dem Weg. Heute Trends zu setzen, heißt jedoch, über das Produkt hinaus vor allem auf die Art und Weise der Produktion zu schauen.

In einer Welt, in der so mancher schon das Ende des gedruckten Wortes kommen sieht und in welcher der pflegliche Umgang mit allen Ressourcen kein Zierrat, sondern Kernthema ist, hat das Grafische Centrum Cuno seine Schwerpunkte für die nächsten Jahre längst definiert:

Das GCC vereint die Leistung modernster Maschinen und 180 kluger Köpfe für eine einzige Aufgabe: Gemeinsam bringen wir Ihre Ideen zum Ausdruck und zeigen das, was Kunden ihren Kunden zeigen wollen. Trends zu kennen, ist schön und gut – man muss sie aber selbst wollen, wie das Konzept des klimaneutralen Druckens, geschlossene Materialkreisläufe, Sonnenkollektoren auf den Werkhallen genauso wie Papiere aus nachhaltiger Forstwirtschaft und Druckfarben auf Pflanzenölbasis – kombiniert mit Chemie und wasserfreier Plattenbelichtung.

Dies ermöglicht jedem Kunden von uns, sein grünes Druckerzeugnis anzubieten – und wenn er zum Andruck mit seinem E-Auto kommt, kann er grünen Strom an unseren eigenen Zapfsäulen nachtanken.

Nachhaltigkeit im GCC – die Essentials

(Auswahl)

- **Erstellung von Auftragssammelformen (Zusammenfassen von gleichartigen Auftragsbestandteilen z.Bsp. BZ, US, VNS, InH)**
-> **Einsparung von Material, Farbe, Lack, Maschinen-/Personalzeiten**

- **Umstellung auf prozesslose Druckplatten**
-> **Einsparung von Gummierung, Chemie, Wasser, stabilerer Prozess durch weniger Einflussfaktoren**

- **Vereinheitlichung von Bezugsmaterialien**
- **Bilderdruck glänzend 135g, nur noch 4 Formatgrößen**
-> **vereinfachte Erstellung von Auftragssammelformen**
-> **Einsparung von Anlieferungen (LKW), Verringerung der Mengen beim Cellophanieren/Lackieren**

- **Vereinheitlichung von Materialien in der Produktion**
-> **Gangproduktion**

- **optimierte Gangproduktion bei vergleichbaren Materialien und Formaten**
-> **Verringerung Rüst-/Produktionskosten in Druck und WTV, da Zeiten/Aufwände verringert werden**

- **Zusammenfassung/Optimierung von Transporten zu gleichen Empfängern/Lagern – Rücksprache mit Kunden, ob Termine von Aufträgen entsprechend angepasst/zusammengefasst werden können**
-> **Einsparung von Transporten**

- **Umstellung vom kennzeichnungspflichtigen Leim PUR auf die neue Hotmelt-Technologie PLANAMELT**
-> **dadurch Einsparung von Rüstzeiten und Klebstoff**
-> **keine Isocyanate bei der Verarbeitung, umweltfreundlich, gut recycelbar**

- **Stellflächenoptimierung**
-> **Aufwandsminimierung der innerbetrieblichen Logistik (Bereitstellung/Lagerung von Halbfertigprodukten)**

- **Verwendung von Einweggebinden 200 kg Fässer Farbe**
-> **100% Recycling/keine Abholung der Mehrweggebinde durch Spedition, keine Farbkartuschen oder kleinteilige Farbdosen**

- Trennung der anfallenden Makulatur (bedruckt/Weißware/Graupappe/Wellpappe)
-> komplette Makulatur wird recycelt
- Folie wird getrennt, gepresst und recycelt
- Wärmerückgewinnung bei Druckmaschinen,
-> um die Produktionshallen zu beheizen
- komplett digitale Auftragstasche
- mehr Ladestationen für E-Autos
- Firmen-Fahrzeugflotte schrittweise auf E-Autos umstellen
- deutlich mehr Platz für Fahrräder schaffen
- mehr vegane/vegetarische Speisen in der Kantine



Nachhaltiges Handeln ist ein integraler Teil der GCC-Unternehmenskultur

Durch engagierte Forschungs- und Entwicklungsarbeit und gezielte Prozessveränderungen haben wir im GCC gemeinsam mit engagierten Partnern genau solche Innovationen erreicht, wie sie nachhaltiges Handeln heute braucht, ohne davon viel Aufhebens zu machen.

Umso schöner, wenn dies auch extern bemerkt wird – von den Kunden, was uns besonders wichtig ist, aber auch von

Fachleuten, die wissen, welches Engagement hinter den erreichten Ergebnissen steht.

Die Auszeichnungen für schönste Bücher sind für uns immer Lob und Ansporn. Das Wertschätzen für zehn Jahre Engagement im Klimaschutz durch den Bundesverband Druck oder durch die Anerkennung als Drucker des Jahres 2020 in der Kategorie Nachhaltigkeit zu den Top Ten in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu gehören, macht uns hierbei besonders stolz!

GCC-Mitarbeiter und ihr Engagement

Rund 180 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat das Grafische Centrum Cuno. Jede und jeder von ihnen zahlt mit seiner Arbeit auf den guten Ruf des GCC und seinen wirtschaftlichen Erfolg ein. Das war vor 50 Jahren in einem ganz kleinen Team schon so und das ist heute nicht anders. Hinzugekommen ist in den vergangenen Jahren etwas ganz Wichtiges: das Denken und Handeln mit dem Blick auf die viel weiter reichenden Wirkungen der eigenen Arbeit. Wie gehen wir mit Material und Arbeitszeit um? Hilft das, was wir tun und wie wir es tun, dabei, wirklich schonend umzugehen mit dem, was uns umgibt und was wir jeden Tag gebrauchen und verbrauchen?

Fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus ganz unterschiedlichen Bereichen berichten auf den folgenden vier Seiten, was sie für Nachhaltigkeit tun.

Digitalisierung ist für uns ein Nachhaltigkeitstreiber

Steffen Cuno, Projekt- und Qualitätsmanagement

Gemeinsam mit meinen Teams haben wir diverse Projekte im Bereich Digitalisierung und Nachhaltigkeit umgesetzt. Diese Projekte führten einerseits zu Prozessoptimierungen, andererseits auch zu erheblichen Einsparungen an Ressourcen verschiedenster Art.

Eines der entscheidenden Projekte war die Umstellung von Nass- auf prozesslose Druckplatten, wodurch der Wasserverbrauch sehr stark reduziert wurde und der Einsatz von Chemikalien komplett wegfällt. Vermittelt kommt eine deutliche Energieeinsparung hinzu, da keine Maschinen zur Entwicklung von Nassdruckplatten mehr eingesetzt werden müssen.

Viel Augenmerk legten wir auf die gezielte Standardisierung von Papiersorten, Grammaturen und Papierformaten bei Umschlägen, Vorsätzen und Bezügen. Der Materialverbrauch sank, hohe Papierlageraufwände konnten reduziert werden. Im Druck wurden die Einrichtezeiten an den Maschinen reduziert. Durch diese Standardisierung wurde auch ein weiteres, lange angestrebtes Projekt möglich: das gezielte, kundenübergreifende Sammeln von Aufträgen. Mit dieser neuen Arbeitsweise wird der Einsatz von Druckplatten sowie Material spürbar reduziert, was die CO₂-Bilanz der einzelnen Aufträge messbar verbessert.

Wie weitreichend sich solche Maßnahmen auswirken, macht folgender Fakt deutlich: Die Reduzierung der Druckzeit bei Einzelaufträgen führt zu einer Kapazitätserhöhung im Druck, so können mehr Aufträge mit der vorhandenen Kapazität im Bereich Offsetdruck abgearbeitet werden.

Neben diesen wichtigen Projekten haben auch einige Digitalisierungsprojekte einen erheblichen Nachhaltigkeitseffekt bewirkt. Die Umstellung auf digitale Formproofs ist dabei ein spannendes Beispiel. Um den Qualitätsansprüchen unserer Kunden gerecht zu werden, wird von jedem Auftrag ein gebundenes Muster, ein „Formproof“ erstellt. Dieser hat die Funktion, in allen Bereichen einen Abgleich mit der Produktion zu gewährleisten. Hier führten wir Ende 2020 eine digitale Variante ein. Die Effekte: Ersparnis von Druckerpapier sowie Toner, optimierte Prozesse und Parallelarbeiten an verschiedenen Kostenstellen. Ähnliche Effekte erzielten wir mit der Einführung der digitalen Auftrags tasche.

Für 2021 und 2022 sind diverse weitere Digitalisierungsprojekte in Planung oder gar schon in der Umsetzung, das Streben nach Nachhaltigkeit und effizienten Prozessen kennt für uns keine Pause.

DIGITALISIERUNG

Zwischenbilanz 2021:
Gemeinsam mit dem
Team diverse Projekte
umgesetzt, die Ressourcen
verschiedenster Art
einsparen helfen

A black and white portrait of a man with a full beard and glasses, looking slightly to the right. He is wearing a dark jacket over a dark t-shirt. The background is blurred, showing what appears to be an indoor setting with some lights.

Steffen
Cuno

Grafisches Centrum Cuno
Projekt- und Qualitätsmanagement

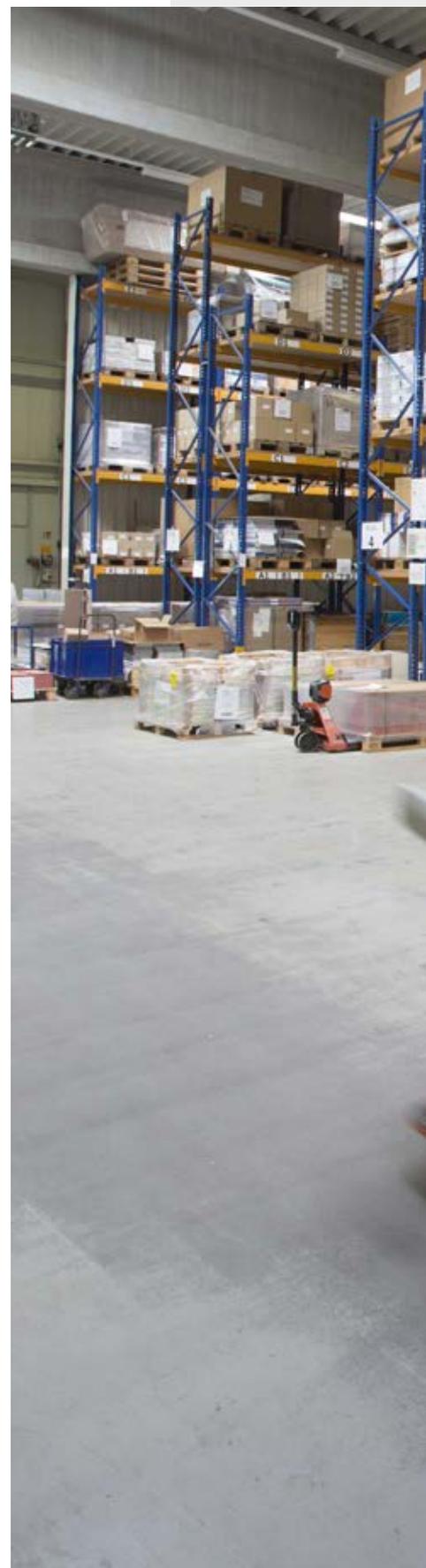


Matthias
Kausmann

Grafisches Centrum Cuno
Leiter interner Transport

Für mich ein Graus: Leerfahrten durch die Hallen

Das GCC ist in den vergangenen Jahren auch flächenmäßig kräftig gewachsen, die Entfernungen, die innerbetrieblich zurückzulegen sind, summieren sich letztlich schon täglich auf Dutzende Kilometer. Ein zentraler Punkt in meinem täglichen Tun ist deshalb die Vermeidung von Leerfahrten. Dazu gehört die optimierte Nutzung der Transportwege durch unsere digitale Bestandsführung sowie die Nutzung unserer digitalen Schnittstellen. Hierdurch sparen wir Zeit, Energie und sehr viele Papierausdrucke bzw. Kopien. Zudem bin ich ein Verfechter der, ich nenne es mal „Tür-und-Tor-Optimierung“. Im Winter, aber auch im Sommer ist durch eine kontrollierte „Öffnungspolitik“ der Außentüren sehr viel Energie bei Kühl- und Heiztechnik einzusparen. Selbstverständlich begleiten eine effiziente Nutzung von Verpackungsmaterialien und eine ebensolche Mülltrennung meinen Alltag – das ist für mich nachhaltiges Handeln. Ohne große mündliche Debatten versuche ich so, auch auf andere Mitarbeiter einzuwirken.



Zwischenbilanz 2021: Digitale Schnittstellen genutzt, um optimierte Transportwege zu ermitteln

Auftragsbündelung bringt maximale Fahrzeugauslastung

Kai Müller, Anke Tschauer, Jutta Wesche – Logistik

Mehr Transparenz für Kunden und Mitarbeiter bringt die stetige Wandlung hin zu einer immer stärkeren Digitalisierung aller Prozesse nicht nur in der Produktion, sondern auch in der Logistik. Dazu versuchen wir von vornherein, verschiedene Aufträge an gleiche Empfänger zu bündeln. Das schafft eine Maximierung der Fahrzeugauslastung. Unnötige Einzelfahrten werden minimiert. Und unsere Kunden, wie zum Beispiel Auslieferungsläger, profitieren gleichzeitig von einem schnelleren und reibungsloseren Durchlauf ihrer Waren.

Zudem ist Nachhaltigkeit im Versand in hohem Maße von der Anbindung an leistungsstarke Carrier geprägt. Deren weitverzweigtes Netzwerk ist Voraussetzung für einen sicheren, effizienten und termingerechten Transport an (fast) jeden Ort auf der Welt.

Wichtig ist uns auch eine enge Verzahnung mit dem innerbetrieblichen Transport mit dem Ziel der Wegeoptimierung. Natürlich geht es auch bei uns um die sogenannten kleinen Dinge: Geräte und Beleuchtung werden bei Nichtgebrauch ausgeschaltet, Verpackungsmaterial effizient genutzt. Dabei gilt für uns: Wir machen es richtig, anstatt uns nur wichtig.

Zwischenbilanz 2021: Als Logistikteam eng mit dem innerbetrieblichen Transport verzahnt



LOGISTIK



PRINT WIRKT NACHHALTIG



59%

der Bevölkerung lesen
längere Texte lieber auf
Papier als am Bildschirm.



1,4%

Um
stieg 2019 der Umsatz auf
dem Buchmarkt.

**1 Stunde
30 Minuten**



verbringen Traditionalists durchschnittlich pro Tag
mit dem Schmökern in Zeitschriften und Zeitungen,
1 Stunde 12 Minuten die Baby Boomers, 1 Stunde
Generation X, 48 Minuten die Millennials und 36
Minuten die Generation Z.

925 Millionen Euro



betrug 2019 der Produktionswert von Büchern und kartografischen Produkten. Das ist ein Anstieg von 3% gegenüber dem Vorjahr.



13%

der Deutschen kauften im Zuge der Pandemie mehr Bücher.

29,9 Millionen



Menschen kauften 2018 mindestens ein Buch, 2012 waren es 29,6 Millionen Menschen gewesen.



4,6%

Um legte 2019 der Umsatz mit Kinder- und Jugendbüchern zu. Der Umsatz mit Ratgebern stieg um 3%.

200.000

Auflage soll das BMW-Magazin 2021 haben. 100 Seiten stark. 3x jährlich. Damit kehrt BMW nach einer 3-jährigen Pause zurück zu Print.



FORUM

Wohin führt der Weg? Und welcher ist der beste Weg? Ist der kürzeste Weg der am Ende beste oder lohnt es, auch mal einen Umweg zu nehmen? Ist die lautstark und massenhaft vorgetragene Idee deshalb auch die richtige? Diese Fragen, natürlich entlang konkreter Inhalte und immer auch mit dem Blick auf das eigene Unternehmen, den eigenen Verantwortungsbereich, bestimmen auch die Debatten in Sachen Nachhaltigkeit. Muss schnell und sofort entschieden werden oder lohnt eine gründliche Prüfung tradierter und scheinbar unumstößlicher Wahrheiten?

Schon mit unserem ersten Spezial-GCC-Report im Jahr 2019 zum Thema Nachhaltigkeit stießen wir auf gewünschtes, keinesfalls aber à priori erwartetes breites Interesse. Deshalb nahm es uns auch nicht wunder, dass viele Kolleginnen und Kollegen sofort bereit waren, einen Debattenbeitrag auch zu einem weiteren Nachhaltigkeitsreport zu leisten. Auf den folgenden Seiten stellen sie ihre Überlegungen vor.

Dass wir diese Seiten mit FORUM überschrieben haben, ist genau so gemeint, denn per definitionem ist Forum „ein geeigneter Personenkreis, der eine sachverständige Erörterung von Problemen oder Fragen garantiert“, „eine Plattform, ein geeigneter Ort für etwas“. Durchschreiten Sie diesen Ort mit Gewinn und Vergnügen an der Debatte.

Penguin
Random House
Verlagsgruppe


magellan

 **NOVO-TECH**
GmbH & Co. KG

Achilles veredelt.

BONNIER
Books

G+J

DIE ZEIT
VERLAGSGRUPPE

sappi

Ravensburger



Achilles veredelt.



Andreas
Makus

Achilles-Gruppe
Vertriebsleiter Bogenveredelung

Was eine Biotonne mit Veredelungen zu tun hat

„Wir freuen uns immer wieder, wenn wir mit unseren Produkten tolle, langlebige und nachhaltige Druckerzeugnisse herstellen, die uns klüger und glücklicher machen.“

Andreas Makus

Als ich gefragt wurde, ob denn die Achilles Gruppe erneut Interesse hätte, sich im GCC-Report zum Thema Nachhaltigkeit zu Wort zu melden, habe ich spontan „Ja“ gesagt. Manchen Leser mag es auf den ersten Blick vielleicht überraschen und hoffentlich auch neugierig machen, was ein Veredeler, der, ganz oberflächlich betrachtet, „Plastik“ verkauft, zu seiner „Verteidigung“ zum Thema Nachhaltigkeit zu sagen hat.

Die Achilles Gruppe setzt sich schon seit vielen Jahren mit Nachhaltigkeit und Recycling auseinander. Der Kern unserer Unternehmensphilosophie ist, Druckerzeugnisse durch unsere Veredelungsdienstleistungen langlebiger, sicherer und wertiger zu machen. Das ist nicht nur ein wichtiger Beitrag zur Nachhaltigkeit, sondern für uns, als Mitarbeiter von Achilles, auch ein Privileg. Der Begriff „Nachhaltigkeit“ bietet aber für Außenstehende erst einmal viel Raum für Interpretationen. Es ist ja kein definierter oder gar geschützter Begriff. Deshalb lohnt sich umso mehr ein Blick auf unsere Produkte, um zu erfahren, welche Ziele und Maßstäbe der Achilles Gruppe wichtig sind.

Natürlich will und muss auch unser Unternehmen Geld verdienen und den Mitarbeitern attraktive Arbeitsplätze sichern. In dem gesamten Zusammenhang fügt sich zum Beispiel unsere neueste Innovation **NAMITEC** perfekt ein. **NAMITEC** steht für „NanoMikroTechnologie“ und ist als materialschonende und effiziente Oberflächenmodifikation zu verstehen, die wir in naher Zukunft breit vorstellen werden. Die hierbei erzielbaren optischen und haptischen Effekte sind nicht nur ausdrücklich verkaufsfördernd, sondern aus vielerlei Gesichtspunkten besonders nachhaltig. Ein weiterer Schritt in die richtige Richtung, so meinen wir. Es lohnt sich auf jeden Fall, neugierig zu bleiben!

Und vielleicht können wir diese Neugierde bald auch wieder persönlich stillen, mit einem Workshop oder mit einer Beratung bei unseren Kunden. Ja, die Erinnerung an einen Workshop im Grafischen Centrum Cuno zum Thema Nachhaltigkeit war es, damals angeregt von Christiane Trepte, der sie selbst kürzlich an Achilles denken ließ, als sie auf einer Biotonne einen Aufkleber mit dem Hinweis sah: „Kein Bioplastik einwerfen!“. Wir glauben fest daran, dass eine ehrliche, ganzheitliche und lebensnahe Kommunikation insbesondere unsere nachhaltigen Produktbotschaften wirksam unterstützen. Kaum zu glauben, aber wir finden es toll, wenn Kunden in Anbetracht einer Biotonne an Achilles denken.

Folien aus nachwachsenden Rohstoffen

„Irgendwie Bio und kompostierbar soll sie sein“, so die am häufigsten gestellte Anforderung an Kaschierfolien, wenn sich Kunden mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigen. Dass, was man bisher kennt, ist ja Plastik und scheint, auf den ersten oberflächlichen Blick, per se schlecht für die Umwelt. Alternativ dazu ein Buch oder Teile davon in die Biotonne werfen? Wenn man sich damit auseinandersetzt, wird eigentlich schnell klar, dass das nicht funktioniert und auch etwas grundlegend



Kratzfeste Oberflächen tragen zum Werterhalt bei, weil sie Wegbereiter für eine lange Nutzung sind. Zugleich reduzieren sie das Verhältnis von Aufwand und Verlust.

schieflaufen würde. Generell entsteht aus der Kompostierung von Biokunststoffen kein Humus, sondern es bilden sich viel eher toxische Reststoffe. Sicher gibt es auch spezielle Anforderungen, bei denen Kompostierbarkeit von Folie und Kaschierkleber, aus welchen Gründen auch immer, gewünscht wird. Selbst dafür haben wir eine Lösung. Aber glücklicherweise, so meine persönliche Erfahrung, interessieren sich die meisten Kunden für das „Dahinter“, wollen verstehen, welche Möglichkeiten es bei alternativen Kaschierfolien gibt, aber auch, wo derzeit die Grenzen liegen. In diesem Produktsegment, also der Folien, die aus nachwachsenden Rohstoffen stammen, bietet Achilles interessierten Kunden die **EcoStar®** Produkte an. Im Übrigen werden hierfür die Rohstoffe aus einer zertifizierten Forstwirtschaft gewonnen. Soweit ist das sicherlich besser, als genmanipulierte Quellen zu nutzen, die in Konkurrenz zu Lebensmitteln stehen, womöglich noch in armen Regionen dieser Welt. Denn es ist ein Irrglaube, dass Folien, nur, weil sie eine nachwachsende Rohstoffquelle haben, in Summe umweltfreundlicher seien, als zum Beispiel die herkömmlichen erdölbasierten Glanz-, Matt- oder kratzfesten Folien.

Folien aus fossilen Rohstoffen

Diese Art der Folien können wir ohne Zweifel auch als bewährt, kostengünstig, verfügbar, universell und wirksam einsetzbar bezeichnen. Ich gebe zu, das klingt vielleicht erst einmal ein bisschen wie stehengeblieben, an Altem festhaltend. Ja, die endliche Quelle all dieser Folien, Erdöl, ist vor allem in der Zukunft ihr Problem. Alternativen müssen zwangsläufig her. Aber solange es keine verfügbare ökologischere Alternative gibt, ist deren realistische und glaubwürdige Einordnung von Nachhaltigkeit und Umweltbelastung eine unserer Botschaften. Dabei gibt es sogar schon eine dritte Produktgruppe, der in Zukunft zurecht noch mehr Bedeutung beigemessen werden muss. Das sind auch erdölbasierte Folien, jedoch wurden

sie mit recycelten Kunststoffen hergestellt. Wie zum Beispiel unsere beiden **R-PET** Varianten – transparent oder metallisiert, jeweils glänzend verfügbar. Der Rohstoff stammt zu ca. 85 Prozent aus recycelten PET Flaschen. Wir hoffen sehr auf die breitere Verfügbarkeit derartiger Folien, insbesondere auch mit matten Oberflächen. Wertvolle Rohstoffe mehrfach nutzen, das ist ein wirklich greifbarer und zukunftsfähiger Ansatz für mehr Nachhaltigkeit. Passt auch irgendwie gut zum Thema Papierrecycling.

Ein Segen für die Papierfabriken

Immerhin fast 80 Prozent des eingesetzten Papiers kehren in Deutschland zum Recycling zurück in die Papierfabriken und werden erneut genutzt. Mit Sicherheit muss nicht jedes der Druckerzeugnisse, das sich dafür anbietet, eine solche Folienkaschierung erhalten. Aber, wo man diese Kaschierung einsetzt, trägt sie entscheidend zur Langlebigkeit des Produktes bei und bedient, ggf. sogar mit einer Lackierung, durchaus entscheidende multisensorisch wirksame, wie haptische und optische Kaufimpulse. Dabei ist eine einseitige Kaschierung im Papierrecyclingprozess für die Papierfabriken schon fast ein „Segen“, sofern diese Produkte auch wirklich vorher beim Verbraucher in der „Blauen Tonne“ landen und nicht im Müll, in der Wertstofftonne oder gar in der Umwelt.

Ich konnte mich in einer Papierfabrik im Großraum Hamburg persönlich davon überzeugen, wie gut sich unsere Kaschierfolien zusammen mit unserem Kaschierkleber von der Papieroberfläche trennen lassen. Das Ergebnis: die Papierfasern sind danach sehr gut recycelbar und die Folien, und all das was mit ihnen fest verbunden ist, sind energetisch nutzbar. Nach Auskunft dieser Papierfabrik erzeugen diese Rohstoffe, wie auch die de-inkten Farben und allerlei Beiwerk, in einem modernen Kraftwerk vor Ort 100 Prozent der notwendigen Dampf- und 40 Prozent der Elektroenergie. Und das deutlich sauberer als fossile Brennstoffe, wie Kohle oder Erdgas, die sonst eingesetzt werden müssten. Damit ist es auch nicht verwunderlich, dass Produkte, die mit unseren OPP-Folien und unseren Klebern kaschiert wurden, das Umweltzeichen **Blauer Engel** tragen dürfen. Produkte mit Folien aus nachwachsenden Rohstoffen wiederum nicht!

Folien mit kratzfesten Oberflächen

Insbesondere tragen kratzfeste Oberflächen zum Werterhalt bei und sind Wegbereiter für eine lange Nutzung. Soweit der Blick aus der Sicht der Konsumenten. Ein wichtiger, leider weniger offensichtlicher Beitrag zur Nachhaltigkeit ist aber auch, dass diese kratzfesten Oberflächen Aufwand und Verluste in der Weiterverarbeitung im Vergleich zu herkömmlichen empfindlichen Folien deutlich reduzieren. Und wenn wir in dieser Klasse unsere kratz- und scheuerfeste Softfolie **x-touch®** erwähnen, schließt sich der Kreis eingangs erwähnter Achilles Produkte und der Ziele und Maßstäbe, die uns wichtig sind.



www.achilles.de



Steffen
Bollermann

Bonnier Books
CSR Manager

Nachhaltigkeit braucht Transparenz

„Nachhaltigkeit ist kein Wettbewerbsvorteil, den es auszunutzen gilt, sondern unternehmerische Verantwortung.“

Steffen Bollermann

„Nachhaltigkeit“ spielt eine immer größere Rolle, mal als reines Thema, mal als Methode der Produktion. Ist sie das Ziel oder ist sie der Grund? Sie kann unterschiedlich interpretiert werden, sollte aber andererseits nicht zu flexibel sein. Oft wird sie auch als Antagonist der Ökonomie gesehen, die ein Mehr erfordert qua Zusatz oder Option.

Man kann mittlerweile nachhaltig fliegen oder auch nicht, die Wahl ist nur ein Häkchen-Setzen entfernt. Man kann nachhaltig produzieren und die Industrie entdeckt das „Grüne“ in ihren Produkten. Man muss nur wollen. Wie es anders geht, haben wir ja gesehen. Und mancher setzt ein Zeichen dagegen – gegen den Determinismus und mit „früher war ja auch nicht alles schlecht“; mit „ist doch eh alles erfunden“ oder „jetzt erst recht“.

Wir müssen weg von Paper-Frischfasern und brauchen viel mehr Recycling. Wir müssen weniger Bücher produzieren und mehr digitale Medien lesen. Der Plastikanteil muss reduziert und wir solltem keine Plastikfolien mehr verwendet werden. Generell muss Plastik aus allem entfernt werden, zusammen mit schädlicher Chemie, dann lassen sich die Bücher biologisch abbauen und komplett recyceln. Nur dann ist man nachhaltig und grün.

Es gibt keine einfache Antwort

Alle diese Forderungen beleuchten kritische Punkte, aber wie mit jeder Beleuchtung entstehen helle und dunkle Stellen. Mehr Recycling ist gut, braucht aber auch Frischfaseranteile und teilweise mehr elektrische Energie, weil Lignin nicht mehr extrahiert und verbrannt werden kann. Digitale Medien sind bereits Teil unserer Wirklichkeit und das Lesen von E-Books ist unstrittig emissionsarm, genauso wie die Herstellung der digitalen Endgeräte unstrittig emissionsintensiv ist. Dass Plastik, basierend auf fossilen Materialien, verringert werden muss, ist richtig – davon gibt es schon zu viel, bereits sogar als Nanopartikel in unseren Blutkreisläufen. Doch ersetzt man Plastik mit Materialien auf Maisbasis, ersetzt man ölbasierte Farben mit pflanzlichen, sojabasierten Farben, so ersetzt man gegebenenfalls auch Waldflächen zugunsten des Anbaus dieser Rohstoffe – und betritt damit den Bereich der Entwaldung und gesteigerten Emissionen durch die geänderte Landnutzung.

Welche ist nun die richtige Antwort auf die vielfältigen Optionen? Letztendlich gibt es keine, zumindest keine einfache.

An den Schnittstellen wird entschieden

Denn Nachhaltigkeit ist ein Gesamtkonzept, welches auf Multilateralität und Transparenz basiert. Wir als Verlage, aber auch unsere Drucker, Zu- und Auslieferer sind die Schnittstellen, die über die Transparenz der erzeugten Produkte bestimmen können, sie ermöglichen können. Dadurch erst lässt sich verstehen, auf welchen Grundlagen ein Produkt entstanden ist; dadurch erst lässt sich kommunizieren, was unsere Kunden

„Bonnier-Bücher – Leidenschaft für Literatur seit 1837“ – so beschreibt das traditionsreiche Unternehmen sein Credo und bekräftigt zugleich, diese Leidenschaft im Verlagswesen und im Buchhandel in ganz Europa auch mit Innovationen für die nächsten 200 Jahre verknüpfen zu wollen. Dass diese, man könnte auch sagen: Nachhaltigkeit per se, im historischen Unternehmenssitz (unten ein Detail der Eingangssituation des Gebäudes in Stockholm) vielfältige unternehmerische Entscheidungen ganz heutiger Art verlangt, beschreibt die Wortmeldung von Steffen Bollermann.



von diesen Produkten erwarten können; dadurch erst lässt sich Verantwortung übernehmen dafür, unter welchen Bedingungen unsere Produkte entstanden sind. Warum sehen wir Transparenz als wichtigen Teil der Nachhaltigkeitsarbeit? Weil die Glaubwürdigkeit, die wir durch sie erzeugen, zentral ist – und gleichzeitig sehr fragil. Konzepte wie beispielsweise „Klimaneutralität“ sind allgegenwärtig und oft am Rande der inhaltlichen Entleerung, weil sie nur mit entsprechendem Hintergrundwissen verstanden werden können. Was ist der Unterschied von Scope 1, 2 und 3? Wo liegen die größten Emissionsquellen? Und warum ist es wichtig, nicht nur die ersten beiden Scopes zu fokussieren, sondern Verantwortung für alle zu übernehmen? Wo lässt sich das schließlich nachlesen und wie vergleichen?

Erfolg gründet sich auf Glaubwürdigkeit

Einen wichtigen Part in dieser Hinsicht spielen zum Beispiel Jahresberichte zur Nachhaltigkeit, die auf all diese Fragen eingehen und Kontext geben sollten – auf eine einheitliche Weise, sodass diese Informationen miteinander verglichen werden können.

Gerade weil Nachhaltigkeit auf Transparenz beruht, sind diese Arten der Publizierung so wichtig – speziell für uns als Verlage. Denn auf was anderem gründet sich unser Erfolg als auf der Glaubwürdigkeit? Mit den Büchern, die wir veröffentlichen, und den Geschichten, die wir erzählen, schaffen wir ein Fenster zur Welt, das besonders in populistischen Zeiten eine wichtige, gesellschaftlich tragende Funktion hat, indem es die Heterogenität unserer Gemeinschaft und ihrer Debatten zugänglich macht.

Daher ist Nachhaltigkeit kein Wettbewerbsvorteil, den es auszunutzen gilt, sondern eine unternehmerische Verantwortung, die ökonomischer Wertschöpfung Stabilität verleiht. Sie ist kein „Opt-in“, das sich zu einem Produkt hinzubuchen lässt, sondern die Bedingung, die dieses Produkt erst ermöglicht. Nicht umsonst spiegelt sich das griechische „oikos“, Haus, im Anfang der beiden Wörter „Ökologie“ und „Ökonomie“ – eine Referenz auf die historische Hausgemeinschaft. Und dieses Haus darf nicht weiter brennen.



www.bonnierbooks.com



Heiko
Belitz

Gruner + Jahr GmbH
Herstellungsleiter

„Wir möchten jedes einzelne Magazin nachhaltiger gestalten“

„Nachhaltigkeit war stets ein Teil von GEO und eine Herzensangelegenheit der Redaktion. Doch das reicht heute nicht mehr. Wir müssen gemeinsam handeln und wollen unseren Beitrag für eine nachhaltigere Welt leisten. Das ist das Versprechen der GEO Redaktion, bei dem wir unterstützen wollen.“

Heiko Belitz

Weniger Folie, mehr Recyclingpapier, klimaneutrale Beileger: In den vergangenen Monaten hat Gruner+Jahr seine Magazine nachhaltiger gestaltet. Heiko Belitz, Leiter der G+J Herstellung, gibt einen Einblick in die vielfältigen Maßnahmen.

Ein Großteil der CO₂-Emissionen entsteht bei G+J durch die Produkte. Um diesen Anteil zu reduzieren, nehmen die Kolleg*innen der Herstellung den Produktionsprozess und die eingesetzten Materialien jedes einzelnen Magazins unter die Lupe. „So unterschiedlich wie unsere Inhalte, so unterschiedlich sind auch die Anforderungen an jedes Produkt und seine Qualität. Daher betrachten wir jeden Titel – teilweise sogar jede Ausgabe – für sich, um zusammen mit dem Publishing unter Nachhaltigkeitskriterien die bestmögliche Lösung für die Produktion zu finden“, so Heiko Belitz. „Dabei wägen wir ökonomische Faktoren wie Wirtschaftlichkeit, Funktionalität und Aussehen sowie ökologische Aspekte wie Umweltverträglichkeit und Ressourceneinsatz ab.“

Ausgewählte Maßnahmen der Herstellung im Sinne ökologischer Nachhaltigkeit seit 2019

Ein zentraler Hebel für mehr ökologische Nachhaltigkeit ist das eingesetzte **Papier**, das zusammen mit dem Papiereinkauf optimiert wird. „Mit GEOLINO, GEOLINO MINI und HYGGE drucken wir seit einiger Zeit auch Magazine auf Recyclingpapier“, so der Leiter Herstellung. Bei anderen Heften wurde die Papiergrammatur reduziert. Der positive ökologische Effekt: Das Gesamtgewicht pro Auftrag sinkt, sodass die Produktion und der Transport deutlich weniger Emissionen verursachen.

Daneben passt die Herstellung die verschiedenen **Druck- und Veredelungsarten** an. „Klar ist: Wir setzen ausschließlich Stoffe und Materialien ein, die gesundheitlich unbedenklich sind und fachgerecht entsorgt werden können“, so Heiko Belitz. „Darüber hinaus prüfen wir fortlaufend, wie wir noch nachhaltiger werden können. Bei FLOW verzichten wir beispielsweise seit längerem auf Mattfolie und sparen damit Kunststoff und Energie ein.“ Für die Kindermagazine nutzt G+J nun zum Veredeln einen Lack mit besserer Ökobilanz.

Parallel hinterfragt G+J stetig die **Verpackungen** seiner Produkte. „Wir nutzen mittlerweile bei über 30 Magazinen Streifenband statt Folie, um diese zu den Verkaufsstellen zu transportieren – so zum Beispiel beim STERN, bei CAPITAL und GALA. Eine immense Einsparung von Verpackungsmüll“, so Heiko Belitz. Im Einzelverkauf ersetzen bei Bundle-Aktionen nach und nach Papierbänder die Folienverpackungen. Im Abo-Geschäft testen die Kolleg*innen mit BRIGITTE WOMAN die Folie „ecoLoop“. „ecoLoop besteht zu einem Großteil aus recycelter Altfolie und ist wiederum selbst zu 100 Prozent recyclingfähig“, erklärt Heiko Belitz.

Um auch Leser*innen darauf aufmerksam zu machen, dass G+J bei Heftverpackungen auf recyclingfähige Materialien setzt, kooperiert der Verlag exklusiv mit dem Grünen Punkt. Der



Papier, Veredelungen und Verpackungen werden umweltfreundlicher.

Grüne Punkt steht für ein funktionierendes duales System. Magazinen wie GEO, 11FREUNDE, Brigitte, LIVING AT HOME und weiteren liegt im Abo ein Hinweis bei, dass G+J den Anforderungen aus dem Verpackungsgesetz nachkommt und gleichzeitig die Unterstützung der Leser*innen für die richtige Entsorgung benötigt.

Exklusive Kooperation mit dem Grünen Punkt



Klimafreundliche Angebote für Anzeigenkunden

Zusammen mit der Vermarktung schafft die G+J Herstellung neue Ansätze für Werbe-Sonderformen. „Wir möchten unseren Kunden neue Möglichkeiten geben, umweltfreundlich bei uns zu werben. Daher bieten wir ihnen ab sofort an, Sonderinsertionen wie Anzeigenbeleger oder Beihefter durch einen entsprechenden Aufpreis klimaneutral zu produzieren“, so Heiko Belitz. Das Verfahren: Zusammen mit der Organisation ClimatePartner wird der ökologische Fußabdruck des Printprodukts ermittelt und durch zertifizierte Klimaschutzprojekte wie dem Waldschutz in Brasilien ausgeglichen. Die Produkte sind mit einem Label sowie einer ID-Nummer, über die der CO₂-Ausgleich auf der ClimatePartner-Website nachvollzogen werden kann, gekennzeichnet.

Darf man in Zeiten des Klimawandels noch eine Zeitschrift machen? Und wenn ja, wie gelingt die klimaneutrale Produktion? Deutschlands größtes Wissensmagazin GEO will auch das nachhaltigste werden und formuliert dazu ein umfassendes Versprechen, das in der März-Ausgabe veröffentlicht wurde.

„Das Bewahrenswerte schützen“: GEO gibt Nachhaltigkeitsversprechen

Darin heißt es unter anderem: „GEO will Teil der Lösung sein. Wir werden das Bewahrenswerte schützen. Wir werden uns mit Mut verändern. Wir werden Fehler zugeben und darüber berichten.“ Für die Einlösung des Versprechens stellt GEO den Betrieb und die Arbeitsprozesse um, hinterfragt Abläufe und setzt sich ehrgeizige Ziele. Den Prozess hin zur nachhaltigen Medienmarke macht GEO transparent und berichtet darüber in einem Blog (www.geo.de/unser-weg).

Schon 2022 wird GEO klimaneutral. Um das zu erreichen, wird die GEO-Redaktion ab jetzt vollends auf innerdeutsche Flüge verzichten und zudem mit strengeren Reiserichtlinien den CO₂-Fußabdruck ihrer Recherchen so weit wie möglich reduzieren. Neben weiteren Einzelmaßnahmen stellt das Heft zudem in diesem Jahr auf deutlich klimafreundlicheres Papier um.



www.guj.de



Die GEO-Ausgabe vom 12.02.21



Ralf
Rebscher

Magellan Verlag
Geschäftsführer

Den CO₂ - Stempel selbst verkleinern

„Das Thema Nachhaltigkeit ist nicht nur seit Beginn des Unternehmens fester Bestandteil unserer DNA und unseres Verlagsalltags, sondern berührt mittlerweile alle Lebensbereiche. Wir werden unseren Beitrag dazu leisten.“

Ralf Rebscher

Nachhaltig und umweltschonend. Bereits seit der Gründung des Magellan Verlags im Jahr 2012 bilden diese Maximen die Grundpfeiler der grünen Verlagsphilosophie. Sie formen das Label „Natürlich Magellan“, mit dem der Verlag für einen bewussten und achtsamen Umgang mit unserer Natur steht. Mit dem nachhaltigen Gedanken möchte der Verlag in der Buchbranche und darüber hinaus gezielt Impulse setzen.

Umweltverträgliche und nachhaltige Produktion bedeutet bei Magellan, dass es darum gehen muss, den CO₂-Stempel selbst zu verkleinern und sich nicht durch Zertifikate freizukaufen. Denn Klimaneutralität darf keine Mogelpackung sein. Den eigenen ökologischen Fußabdruck so klein wie möglich halten, ist also ein Grundsatz bei Magellan. Im Hinblick auf die Produktion ergeben sich durch diesen Anspruch einige unumstößliche Maßgaben, an denen sich der Verlag orientiert.

Ein kurzer Überblick macht das deutlich

Wir produzieren in Deutschland und Europa

Der Magellan Verlag druckt rund 75 Prozent der Bücher in Deutschland, das restliche Viertel im nahen europäischen Ausland und 0 Prozent in Fernost. Durch diese Produktionsweise werden lange Transportwege und somit aktiv CO₂-Emissionen eingespart.

Wir verwenden FSC-Papier aus verantwortungsvollen Quellen

Der Magellan Verlag ist Mitglied bei FSC-Deutschland. Für die Herstellung der Produkte werden ausschließlich FSC-Papiere genutzt.





Alles hängt mit allem zusammen: Hier sind Titel, Inhalt und Herstellungsweise identisch.

Die Farben in Magellan-Produkten sind auf Pflanzenöl-Basis, die Drucklacke auf Wasserbasis, die Klebstoffe ohne Lösungsmittel

Auch beim Drucken steht Umweltverträglichkeit an oberster Stelle: Es werden daher ausschließlich mineralölfreie Farben verwendet. Diese werden beispielsweise aus Baumharzen, Soja oder Leinen gewonnen. So können schlecht abbaubare Bindemittel vermieden werden. Drucklacke auf Wasserbasis sorgen für einen sehr geringen Anteil an organischen Lösungsmitteln und sind damit umweltverträglicher und geruchsneutral. Die verwendeten Klebstoffe enthalten keine organischen Lösungsmittel.

Wir verzichten auf Plastik

Keines der Produkte bei Magellan wird eingeschweißt. Diese Maxime stellt insbesondere bei den Spielen eine schwierige Aufgabe dar. Dennoch ist es auch hier gelungen, seit 2018 auf Klebepunkte umzustellen und so Plastik deutlich zu reduzieren. Auch bei den Hörbüchern verzichtet der Magellan Verlag auf die weitverbreiteten Jewel Cases aus Plastik und greift auf Profile-Packs oder vergleichbare Hüllen aus Papier und Karton zurück.



Auch aktiver Tier- und Naturschutz ist Teil der gelebten Verlagsphilosophie

Zusätzlich zur grünen Produktion setzt sich der Magellan Verlag aktiv für den Tier- und Naturschutz ein. So wurden als Ausgleich für den Papierverbrauch im Büro seit 2018 bereits mehr als 3.000 Bäume gepflanzt – wobei der Geschäftsführer zuweilen auch selbst zur Schaufel greift. Zudem hat der Verlag mehrere Tierpatenschaften inne: Nach Patenschaften in Zusammenarbeit mit firmm (foundation for information and research on marine mammals) für Meeressäugetiere – für den Wal Observador und die Delfindame White Cap – ist das neueste „Magellan-Mitglied“ das Orang-Utan-Mädchen Monita. Hier unterstützt der Magellan Verlag den Verein Borneo Orangutan Survival (BOS e.V. Deutschland), welcher sich für den Artenschutz und Erhalt des Lebensraums der Orang-Utans in Indonesien einsetzt.



www.magellanverlag.de



*Holger
Sasse*

NOVO-TECH
Geschäftsführer

„Cradle to Cradle“: Endlose Kreislauffähigkeit

„Stellen Sie sich ein hochqualitatives, gesundheitlich unbedenkliches Baumaterial vor, das dauerhaft verfügbar ist und keine zusätzlichen natürlichen Ressourcen verbraucht.“

Holger Sasse

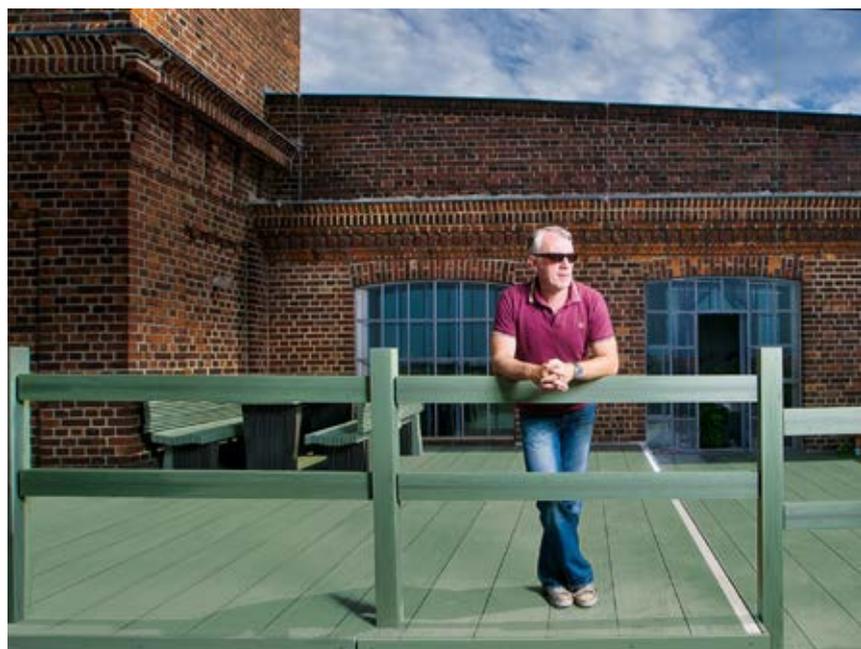
Der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen ist Teil unserer gelebten Unternehmens- und Produktphilosophie. Mit der Entwicklung und Herstellung von polymergebundenen Holzwerkstoffen stellen wir unter dem Motto „Holz weitergedacht“ u.a. Terrassendielen und Fassadenelemente her.

Die Basis unserer NOVO-TECH Produkte bildet ein umweltfreundlicher Holzwerkstoff Namens GCC (German Compact Composite). Dieser enthält mit bis zu 75 Prozent einen weltweit einzigartig hohen Anteil an Naturfasern. Dafür kommen nachwachsende Rohstoffe aus PEFC-zertifiziertem Anbau zum Einsatz. Zur Gewinnung der Späne für GCC-Holzwerkstoffe wird kein Baum gefällt, sondern es werden anfallende Späne aus regionaler Hobel- und Sägeindustrie genutzt.

Unsere GCC-Produkte ermöglichen ein gesundes, nachhaltiges Bauen auf höchstem Qualitätsniveau. Mit der „Cradle to Cradle Certified™ Gold“-Zertifizierung wird nicht nur die endlose Kreislauffähigkeit, sondern auch die Unbedenklichkeit aller Inhaltsstoffe bestätigt. In der Kategorie Materialgesundheit wurde sogar der bestmögliche Status „Platin“ erreicht. Damit ist unser GCC Holzwerkstoff einer der Top 20 zertifizierten Baumaterialien weltweit und erfüllt die Kriterien für nachhaltiges Bauen und Green Building nach DGNB-System, LEED und BREEM. Das wirkt sich positiv auf Menschen und Planet aus.

Die Entsorgung muss zwingend im Blick bleiben

Wir sehen die Verantwortung für ein Leben künftiger Generationen in einer gesunden Umwelt in der Kreislaufwirtschaft. Vor allem, um die Wettbewerbsfähigkeit Europas auf dem



Der Leipziger Maler Neo Rauch auf seiner Terrasse, DYNUM 242 in Lorbeer



Konstruktionsholz (90 x 90 mm) Schiefergrau
und Fassadensystem Karree Varia Grau

Weltmarkt zu sichern. Das Unternehmen „Tech Wood“ startete im Jahr 1999 erstmalig mit einer kommerziellen WPC-Produktion (WPC – Wood-Plastic Composite) in Europa. Das Interesse an diesem neuartigen Werkstoff ist groß und der Markt entwickelt sich exponentiell. Der Wettbewerb in China lässt nicht lange auf sich warten und drückt die Preise am europäischen Markt um ein Vielfaches. Chinesische Hersteller kommen mittlerweile auf einen Marktanteil von etwa 60 Prozent in Deutschland. Seit etwa zehn Jahren bekommt man chinesische WPC-Dielen für 1 USD pro Kilogramm und seit kurzer Zeit bereits für 0,8 USD pro Kilogramm. Viele europäische WPC Produktionsstätten halten dem nicht Stand und stellen zum Großteil die Fertigung von WPC-Produkten wieder ein.

Die große Gefahr der in China produzierten WPC-Dielen lauert in der Entsorgung. Dieser „ungesunde“ WPC Werkstoff lässt sich nicht in einen stofflichen Kreislauf zurückführen, was zur Folge hat, dass nach kurzer Lebensdauer die meisten dieser Produkte in Müllverbrennungsanlagen landen, was die CO₂-Emission extrem steigen lässt. Es werden stattdessen neue Ressourcen für die Herstellung neuer Produkte verbraucht. Die Verantwortung liegt nicht zuletzt bei den Importeuren. Der gesamte Produktlebenszyklus muss betrachtet werden, um der Entsorgungsproblematik entgegen zu wirken. Eine zwingende Rücknahmepflicht könnte hier die Lösung sein.

App identifiziert eigene Produkte

Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden, haben wir uns entschlossen, ein Rückführungssystem speziell für GCC-Produkte zu entwickeln. In einem Kooperationsprojekt mit der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg entwickelten wir eine funktionale App zur Erkennung eigenhergestellter GCC-Produkte. Am Ende des langen Lebenszyklus unternehmenseigener Produkte werden diese kostenfrei zurückgenommen und zu 100 Prozent für die Herstellung neuer Artikel mit gleichbleibender Qualität wiederverwertet. Jedes Produkt aus unserem Haus soll für den Kunden ohne schlechtes Gewissen nach



LIMES Zaunsystem, 25 Jahre
Garantie gegen Verrottung
im Erdreich

langjähriger Nutzungsdauer wieder ausgetauscht werden können – mit dem Wissen, dass alle gebrauchten Artikel in einen stofflichen Kreislauf zurückgeführt werden.

Windkraft-Rotorblätter als Rohstoffquelle

Innovation heißt bei uns qualitativer Fortschritt. Die Nutzung von gebrauchten Windkraft-Rotorblättern als Rohstoffquelle ist dabei ein weiterführender, zukunftsorientierter Schritt. Es lassen sich nahezu alle Rohstoffkomponenten eines Rotorblattes wiederaufbereiten und ohne Qualitätsverlust mehrfach stofflich in GCC Holzwerkstoffe einbinden. Damit werden wertvolle, bestehende Materialien, die eine gute Performance in Sachen Replastifizierbarkeit und Materialgesundheit aufweisen, vor thermischer Vernichtung oder Downcycling in minderwertigere Produkte bewahrt und gleichzeitig CO₂-Emissionen vermieden. Die erste aus GFK-Recyclingwerkstoff hergestellte Terrassendiele Namens DELTA ist bereits auf dem Markt und entspricht dem Anspruch an eine ökologische Kreislaufwirtschaft nach der Cradle to Cradle®-Philosophie.

Der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen ist Teil der gelebten Unternehmens- und Produktphilosophie, die sich in vielfältigen weiteren Anwendungsmöglichkeiten ausdrückt.



www.novo-tech.de



Penguin
Random House
Verlagsguppe

Barbara
Scheuer

Penguin Random House Verlagsguppe
Vice President Production/Umweltbeauftragte

Nachhaltiges Büchermachen: Mehr als Klimazertifikate

„Wir können und wollen genau feststellen, welche Auswirkung die Wahl einer Druckerei, einer Papiersorte oder Veredelung auf den CO₂-Fußabdruck eines Titels hat.“

Barbara Scheuer

Seit mehr als sechs Jahren leitet Barbara Scheuer die Herstellungsabteilung der Penguin Random House Verlagsguppe und ist ebenso lange als Umweltbeauftragte für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie der Verlagsguppe verantwortlich. Für den GCC Report berichtet sie über den Weg der Verlagsguppe zum nachhaltigen Büchermachen.

Ökologische Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Baustein unserer Unternehmensstrategie. Schon sehr früh haben wir deshalb am größten Hebel bei der Buchproduktion angesetzt, dem Papier. Seit über zehn Jahren setzen wir ausschließlich FSC-zertifizierte Papiere ein. Der Zellstoff für diese Papiere stammt aus Gebieten mit geschütztem und kontrolliertem Waldbau. In der Zwischenzeit und gerade in den letzten Jahren hat sich in verschiedenen Bereichen der Produktion enorm viel getan. Im Dezember 2020 ist die Verlagsguppe einen großen und zukunftsweisenden Schritt gegangen und hat die Healthy Printing Charta unterzeichnet. Wir verpflichten uns also dazu, daran zu arbeiten, dass alle Inhaltsstoffe und Materialien in den Kreislauf zurückkehren und weiter genutzt werden können. Das bedeutet beispielsweise, dass das Papier recycelt und die verwendeten Farben oder Leime rückstandslos entfernt werden können.

Damit ist unser Weg jedoch noch nicht zu Ende.

| Bis 2025 komplett klimaneutral

Unsere große Verantwortung innerhalb der Branche ist uns als größte Publikumsverlagsguppe im deutschsprachigen Raum bewusst. Einerseits können wir mit unseren mehr als 40 Verlagen allein über das große Produktionsvolumen einen wichtigen Beitrag leisten und viel bewegen. Andererseits haben wir durch die enge Zusammenarbeit mit unseren Dienstleistern die Möglichkeit, neue Standards für die Branche auch im großen Rahmen zu etablieren.

Wir prüfen außerdem laufend neue Materialien, Verfahren und Prozesse. Bedarfsgerechte Auflagenplanung, der bewusste Einsatz von Ressourcen und nachhaltige Produktverpackungen sind hier wichtige Punkte. Bei einzelnen Titeln verwenden wir beispielsweise Apfelpapier. Wir entscheiden für jeden Titel individuell und zielgruppengerecht, welche Ausstattung und Veredelungen wir einsetzen. Die Unterzeichnung der Healthy Printing Charta ist also ein klares Bekenntnis zu dem, wofür wir uns seit Jahren engagieren und wohin wir in der Zukunft wollen. Einige Titel haben wir bereits im Cradle-to-Cradle-Verfahren hergestellt.

Bis 2025 wollen wir komplett klimaneutral produzieren. Bereits jetzt arbeiten unsere Verlage Gütersloher Verlagshaus, Ludwig sowie alle unsere Kinderbuchverlage klimaneutral, im Januar 2021 folgten die Verlage aus den Bereichen Penguin und Blanvalet.



Ökologische Wende im Verlagswesen vorantreiben

Da wir die Wirksamkeit unserer Klimaschutzmaßnahmen sicherstellen wollen, haben wir uns für ein nach dem Verified Carbon Standard (VCS) und nach dem Climate, Community and Biodiversity Standard (CCB) Standard zertifiziertes Aufforstungsprojekt in Brasilien entschieden. Aufgrund der klimatischen Bedingungen wachsen dort Bäume schneller und können somit auch eher große Mengen an CO₂ binden. Darüber hinaus trägt das Projekt zur sozialen und wirtschaftlichen Stärkung der Region bei.

Durch diesen ganzheitlichen Ansatz und in enger Zusammenarbeit und Abstimmung mit unseren Partnern wie dem Grafischen Centrum Cuno (GCC) können wir die ökologische Wende im Verlagswesen gemeinsam konsequent vorantreiben. In den Segmenten, in denen wir gemeinsam tätig sind, helfen uns die Fokussierung und der smarte und lösungsorientierte Umgang des GCC mit Standards und deren Umsetzung sehr. Wir können bedarfsgerecht und schlank und somit mit besten ökologischen und ökonomischen Resultaten produzieren.

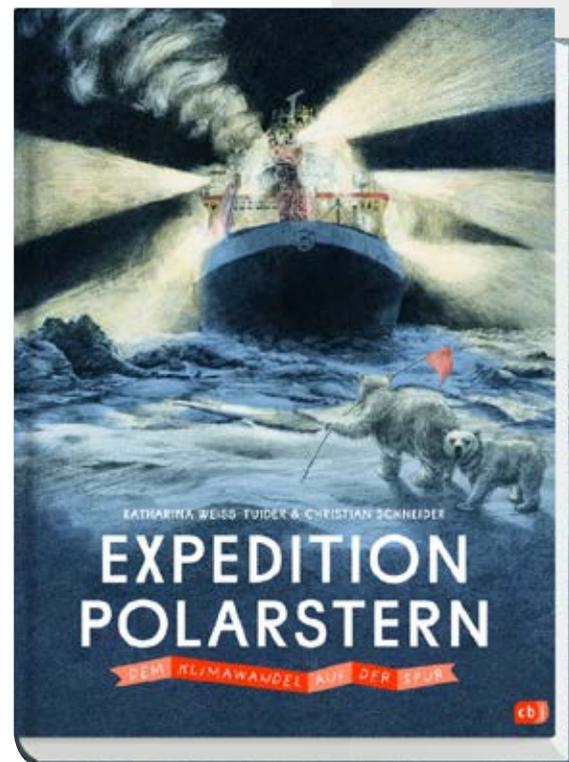


Nach dem Verified Carbon Standard (VCS) und dem Climate, Community and Biodiversity Standard (CCB) zertifizierte Aufforstungsprojekte helfen, die Wirksamkeit von Klimaschutzmaßnahmen sicherzustellen. Penguin Random House nutzt diesen Weg.

Umfassend nachhaltig entlang der Lieferkette

Um unser Ziel zu erreichen, über die gesamte Lieferkette möglichst viele Emissionen zu vermeiden, verfolgt die Verlagsgruppe einen umfassenden Ansatz. Das heißt, klimaneutrales Produzieren bedeutet nicht, dass wir weiterarbeiten wie bisher und zum Ende des Jahres mit Zertifikaten unsere Emissionen kompensieren. Vielmehr gilt es, Emissionen zu identifizieren, einzusparen und schließlich nicht vermeidbare Emissionen zu kompensieren. Am Ende geht es auch hier darum, möglichst bedarfsgerecht zu produzieren und damit Ressourcen und Emissionen bewusst einzusetzen.

Um das zu realisieren, haben wir in den vergangenen Jahren ausführliche Analysen der CO₂-Emissionen unserer Bücher von der Papierfabrik bis zur Auslieferung erarbeitet. Dadurch können wir genau feststellen, welche Auswirkung die Wahl einer Druckerei, einer Papiersorte oder Veredelung auf den CO₂-Fußabdruck eines Titels hat und anschließend konkrete Maßnahmen ergreifen, um Emissionen einzusparen. Gemeinsam mit unseren Partnern erhöhen wir beispielsweise den Anteil von Ökostrom in der Produktion, senken Abfälle und planen die Transporte intelligent, das heißt: kurze Transportwege, möglichst wenige Fahrten und Transport über die Schiene, wo immer es geht. Unvermeidbare CO₂-Emissionen werden schließlich sukzessive durch ein ausgewähltes Klimaschutzprojekt kompensiert.



Mit „Expedition Polarstern“ verlegt Random House ein Buch, das Kinder und Jugendliche auf die Spur des Klimawandels führt. Hergestellt wurde das Produkt im Grafischen Centrum Cuno (GCC).



www.penguinrandomhouse.de

Ravensburger



Mark
Voges

Ravensburger AG
Head of Operational Excellence

Nachhaltigkeit leben und leben lassen

„Auch wenn wir Nachhaltigkeit als klares Unternehmensziel verankert haben, möchten wir gerade nicht zu viel Werbung damit machen. Wir möchten es leben und leben lassen.“

Mark Voges

Was bedeutet für die Ravensburger AG Nachhaltigkeit? Sagen wir mal so – da tut sich so einiges, sie ist bedeutungsvoll und wichtig für unsere Unternehmensgruppe geworden und wird es weiterhin noch werden.

Und was hat es mit dem Nachhaltigkeits-Portal auf sich?

Seit dem 20. September 2019 beschäftigen wir uns aktiv mit dem Thema Nachhaltigkeit (englisch: Sustainability). Wir überlegen uns hierbei, wie einerseits die Firma, aber gleichzeitig auch wir als Einzelpersonen zu einer nachhaltigeren Arbeits- und Lebensweise beitragen können. Dabei werden Ideen gesammelt, geprüft und je nach Möglichkeit umgesetzt.

So, so – aber was bedeutet das denn nun wirklich – also für mich?

Es bedeutet eben nicht oder, besser gesagt, nicht nur, dass wir auf besondere Materialien setzen oder auf Folien verzichten. Es bedeutet vielmehr für uns, dass wir alle motivieren wollen, bei sich zuerst anzufangen und mitzumachen: auf Gemüse-Plastiktüten zu verzichten, die Raumtemperatur anzupassen oder nachhaltige Büromaterialien einzusetzen, Großpackungen statt Kleinpackungen zu verwenden, Bäume zu pflanzen und zu schenken ...

Auch wenn wir Nachhaltigkeit als klares Unternehmensziel verankert haben, möchten wir gerade nicht zu viel Werbung damit machen. Wir möchten es leben und leben lassen.

Das übergeordnete Statement des Unternehmens

1. Ravensburger steht als familien- und zukunftsorientiertes Unternehmen zu seiner Verantwortung, nachhaltig zu handeln. Dies ist in den Unternehmensrichtlinien festgelegt.
2. Ravensburger versteht Nachhaltigkeit nicht als Trend- oder Marketingthema, sondern als verantwortliche langfristige Wirtschaftsweise, die das Unternehmen seit langem umsetzt.
3. Ravensburger produziert hauptsächlich in eigenen Werken am deutschen Firmensitz und in Tschechien, mit eigenen Logistikzentren in der Nähe. Dies reduziert Transportwege und CO₂-Ausstoß.
4. Ravensburger schont Ressourcen durch Fertigung langlebiger und hochwertiger Produkte, die bei den Käufern viele Jahre im Gebrauch sind.
5. Ravensburger verwendet als Hauptrohstoffe Pappe und Papier. Diese stammen alle aus nachhaltiger Holzwirtschaft und bei Spielwaren fast vollständig aus europäischen Recyclingquellen. Bücher enthalten nur etwa ein Viertel Recyclingmaterial, um die Papierqualität zu sichern.

6. Zunehmend stellt Ravensburger seinen Energiemix auf erneuerbare Energien um.

7. Ravensburger Produkte erzeugen weniger Verpackungsmüll: Pappschachteln und Einsätze dienen nicht nur der Verpackung, sondern auch zur Aufbewahrung. Auf Schrumpffolien um Bücher wurde mit wenigen Ausnahmen verzichtet. Für Spielwaren werden Alternativen zur Folie getestet.

8. Auch sozial agiert Ravensburger nachhaltig: mit familienfreundlichen Arbeitsbedingungen im eigenen Unternehmen und mit der Zertifizierung fairer Arbeitsbedingungen bei Lieferanten.

9. Für die Zukunft plant Ravensburger weitere Investitionen in Nachhaltigkeit. Die Umsetzung eines intern entwickelten langfristigen Nachhaltigkeitskonzepts begann 2020.

10. Verbraucher bewerten Ravensburger in Umfragen als eines der nachhaltigsten Unternehmen der Spielwarenbranche. Hervorgehoben wurden Produktqualität und Haltung des Unternehmens.

„Quick wins“ durch Arbeitsgruppen

Das Statement ist eine Sache, aber wie, wo und in welcher Form engagieren sich denn die Mitarbeiter? Wir haben neben den o.a. Aktivitäten noch weitere interne Arbeitsgruppen gegründet, die sich um echte „Quick wins“ bemühen:

Die Arbeitsgruppe 01 Housekeeping arbeitet z.B. an der Optimierung der Mülltrennung in Büros. Die Arbeitsgruppe 02 Speisen & Getränke (Food & Beverage) hat u.a. nachhaltiges Essen in der Kantine im Blick. In der Arbeitsgruppe 03 Kommunikation & Promomaterial wird z.B. über die Entsorgung von Werbematerial nachgedacht. Die Arbeitsgruppe 04 Digital hat u.a. das papierlose Arbeiten im Fokus.

Aber damit noch nicht genug. Es gibt auch noch weitere, wirklich breit gefächerte aktuell laufende Projekte, die auf das „Nachhaltigkeitskonto“ positiv einzahlen.

Das beginnt bei der Überarbeitung der allgemeinen Reiseleitlinien und der Dienstwagenordnung, geht über die Anschaffung von Shrinkfoil für die Produkteinschweißung, den CO₂-neutralen Versand im Ravensburger Online-Shop und den Einsatz von Ökostrom am Standort Ravensburg tatsächlich bis hin zu vegetarisch/veganem Essen in der Kantine und dem Anlegen einer artenreichen Blumenwiese bei Ravensburger. Hinzu kommen die Digitalisierung von Verkaufsunterlagen, das Upcycling von Werbematerialien und die Verwendung von Recyclingmaterial bei Puzzles.



Unverpackt ist toll, oder? Dennoch werden Obst und Gemüse leider häufig in Plastikverpackungen angeboten. Auf Handelsseite bringt das viele Vorteile mit sich.

Zuerst an die eigene Nase fassen

Und was hat das denn jetzt mit GCC oder anderen Partnern und Lieferanten zu tun?

Aus meiner Sicht sollten wir uns zuallererst einmal an unsere eigene Nase fassen. Egal, ob als Privatperson oder als verantwortungsvoller Mitarbeiter und Kunde, wir sollten uns täglich hinterfragen, ob wir bereit sind, etwas Gutes zu tun und es umsetzen. Erst dann, und unbedingt mindestens genauso zielstrebig, sollten wir von unseren Dienstleistern einfordern, dass sie nachhaltig handeln und gemeinsam mit uns Dinge umsetzen, die positiv nachhaltig sind und dennoch effektiv und effizient. Denn das Eine schließt das Andere nicht aus.



Die richtige Raumtemperatur – gut für euch und die Umwelt. Zunächst sei gesagt: Die Wohlfühltemperatur ist unterschiedlich!



Auch bei Büromaterialien gibt es eine Menge nachhaltiger Alternativen zu den konventionellen Produkten, die genauso gut funktionieren. Meistens sind diese aus recycelten Materialien.



www.ravensburger.de

sappi



Marco
Eikelenboom

Sappi
CEO

Verpackungen in Kreisläufen denken

„Es ist spannend zu sehen, wie unsere Produktinnovationen Markeninhabern helfen, ihre Nachhaltigkeitsversprechen zu erfüllen.“

Marco Eikelenboom

Die Verpackungsindustrie entwickelt innovative Lösungen, um Kunststoff- durch besser recycelbare Papierverpackungen zu ersetzen. Warum es wichtig ist, nicht nur das Material, sondern den gesamten Herstellungsprozess von Verpackungen in den Fokus zu nehmen, erklärt Marco Eikelenboom, CEO bei dem weltgrößten Papierhersteller Sappi, im Interview.

Herr Eikelenboom, wie trägt der Zellstoff- und Papiersektor zur Kreislaufwirtschaft bei?

Papier ist eines der am häufigsten recycelten Materialien der Welt. Eine recycelte Faser kann mehrfach wiederverwendet und am Ende sogar noch als Brennstoff benutzt werden. Doch nicht nur die von uns eingesetzten Materialien, sondern auch viele Herstellungsprozesse sind kreislaufgerecht angelegt. Bei Sappi nutzen wir Energie, erzeugen aber auch erneuerbare Biokraftstoffe, um unsere Mühlen mit Strom zu versorgen. Heute verkaufen wir auch Ökostrom von einigen Standorten an das lokale Stromnetz. Dies sind nur einige der bekanntesten Beispiele.

Die Welt steht vor einer Plastikkrise. Wie kann Ihre Branche zur Lösung beitragen?

Mit Kreativität, Einfallsreichtum und Ideen, die das Potenzial der Bäume freisetzen und nutzen. Papier schlägt Plastik in Bezug auf die Recycelbarkeit. Selbst wenn man sie nicht ordnungsgemäß entsorgt, werden Papierprodukte in der Natur recht schnell biologisch abgebaut. Um jedoch Plastikverpackungen flächendeckend durch Papier zu ersetzen, braucht es echte Innovationen. Wir haben einige bahnbrechende Produkte, die zeigen, was möglich ist. Viele der von uns entwickelten Lösungen unterstützen die Umstellung von Kunststoffverpackungen auf erneuerbare Lösungen auf Papierbasis, die ebenfalls strengen Gesundheits- und Sicherheitsstandards entsprechen.

Vor Kurzem haben wir eine Reihe von Produkteinführungen auf dem deutschen Markt gesehen, die in innovativen Sappi-Papierverpackungen verpackt sind, insbesondere Süßwaren. Was genau ist hieran neu?

Sappis „funktionale“ Papiere unterstützen die Abkehr von Kunststoff- und Mehrschichtlaminaten hin zu Monoverpackungslösungen aus der erneuerbaren Ressource Papier. Sie bieten Produktschutz und sind gleichzeitig recyclingfähig. Wir haben diese Papiere entwickelt, um maßgeschneiderte Barrieren für Sauerstoff, Feuchtigkeit, Fett und Mineralöl für ein breites Anwendungsspektrum bereitzustellen und damit die Grenzen für papierbasierte Anwendungen radikal zu erweitern.

Mit Barrieren, Heißsiegelbarkeit sowie guten Verarbeitung- und Druckergebnissen werden unsere funktionalen Papiere auf dem Markt immer bekannter. Es ist spannend zu sehen, wie unsere Produktinnovationen Markeninhabern helfen, die Nachhaltigkeitsverpflichtungen und -versprechen zu erfüllen, diese zu reduzieren oder zu eliminieren und somit den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft unterstützen.



Im Jahr 2020 stammten 80 Prozent der Holzfasern, die Sappi für seine Mühlen in Europa bezogen hat, aus zertifizierten Wäldern.

Verpackungslösungen auf Holzfaserbasis mit Barrierefunktion enthalten auch geringe Mengen an Polymeren. Wie wirkt sich das auf die Recyclingfähigkeit aus?

Unsere innovativen, funktionellen Papiere sind mit einer sehr dünnen Barrierschicht auf Wasserbasis überzogen, die auch Polymere auf fossiler Basis enthält. Unsere kontinuierliche Innovationsarbeit wird dazu führen, dass wir neue Wege entdecken und perfektionieren, diese Barrieren zukünftig ohne Polymere auf fossiler Basis zu erzielen. Im Moment stellen wir jedoch sicher, dass die Produkte, die wir auf den Markt bringen, recyclingfähig sind. Wir arbeiten mit unabhängigen Instituten zusammen, um die Recyclingfähigkeit unserer Funktionspapiere zu bewerten und bestätigen lassen.

Mit der 2019 genehmigten Richtlinie über Einwegkunststoffe, der Single-Use-Plastics-Directive, hat die EU recht strenge Maßnahmen festgelegt, um den Verbrauch von Einwegartikeln und Kunststoff im Allgemeinen zu senken. Wie beurteilen Sie diese Richtlinie?

Die Richtlinie startete mit ernsthaften Anstrengungen zur Bekämpfung der Plastikverschmutzung. Aber sie hat sich zu einer weitreichenden Politik entwickelt, die sich letztendlich auf viele Produkte auswirkt, die weder zum Einmalgebrauch bestimmt noch Kunststoffe im klassischen Sinn sind. Beispielsweise ist die Definition von Kunststoffen mittlerweile so weit gefasst, dass sie tatsächlich einige Verpackungsmaterialien auf Faserbasis enthält, die nur einen sehr geringen Polymergehalt haben. Wenn wir einen solchen breit angelegten Ansatz vorschlagen, verliert Europa den Fokus auf das, was wir alle erreichen wollen, nämlich weniger Plastikmüll und nachhaltigere Konsummuster. Und sie untergräbt Innovation in Unternehmen wie unserem. Der Weg in die Kreislaufwirtschaft erfolgt schrittweise. Der europäische politische Rahmen sollte die kontinuierliche Verbesserung fördern und unterstützen.

Sappi bekennt sich zu „verantwortungsvollem Sourcing“. Was bedeutet das genau?

Angesichts der Abhängigkeit unseres Geschäfts von der Forstwirtschaft legen wir großen Wert darauf, unsere Holzfasern verantwortungsbewusst und aus gut bewirtschafteten Wäldern zu beziehen. Im Jahr 2020 stammten 80 Prozent der Holzfasern, die wir für unsere Mühlen in Europa bezogen haben, aus zertifizierten Wäldern. Waldzertifizierungssysteme ermöglichen die Validierung von Bewirtschaftungspraktiken im Wald und stellen die Rückverfolgbarkeit über die Lieferkette her. Als solche bilden sie einen sehr wichtigen Bestandteil unserer verantwortungsvollen Beschaffung. In Südafrika, wo wir 390.000 Hektar Land besitzen und pachten, spielen wir auch eine einzigartige Rolle bei der Förderung gesunder Wälder und Landschaften. Auf unserem Land in Südafrika werden die kommerziellen Bäume in Plantagen angebaut, aber andere Flächen sind reserviert, um den natürlichen Lebensraum und die Artenvielfalt zu erhalten, einschließlich einheimischer Wälder und Feuchtgebiete.

Sappi ist kürzlich der 4evergreen-Alliance beigetreten. Was ist das und welches Ziel verfolgt sie?

Es gibt ein afrikanisches Sprichwort, das besagt: „Wenn du schnell gehen willst, dann gehe alleine. Wenn du weit gehen willst, dann musst du mit anderen zusammen gehen.“ Angesichts der Herausforderungen, denen die Welt gegenübersteht, müssen wir schnell und weit gehen. Deshalb sind wir der 4evergreen-Allianz beigetreten. Hier sitzen produzierende Unternehmen wie Sappi mit Unternehmen wie IKEA, Nestlé und Mars an einem Tisch und erarbeiten Strategien, wie papierbasierte Verpackungen weltweit entworfen, gesammelt und recycelt werden können, um in der Zukunft noch mehr die Kreislaufwirtschaft zu unterstützen. Gemeinsam haben wir uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, bis 2025 eine Recyclingquote von 90 Prozent für faserbasierte Verpackungen in Europa zu erreichen. Ich bin zuversichtlich, dass wir dies realisieren können, wenn wir „zusammen gehen“.



www.sappi.com



*Torsten
Bastian*

ZEIT Verlagsgroupe
Director Production & IT

Nachhaltigkeit in der ZEIT-Produktion

„Der Zeitungsdruck vereint viele Aspekte einer nachhaltigen Produktion und der ZEIT Verlag wird weiter an dieser Produktionsart festhalten.“

Torsten Bastian

Jede Woche werden nahezu 500.000 Exemplare des Qualitätstitels **DIE ZEIT** in der Frankfurter Societäts-Druckerei im Zeitungsdruck gefertigt. Das Format nennt sich „Nordisches Format“, das Zeitungspapier ist ein 42,5 g/qm Standard-Zeitungsoffsetpapier (SZO).

Nachhaltigkeit in der Papierherstellung

In den letzten Jahren hat der ZEIT Verlag darauf geachtet, dass der Altpapieranteil im eingesetzten Zeitungspapier stetig gestiegen ist. Mittlerweile besteht es aus bis zu 100 Prozent Altpapier und ist mit dem Blauen Engel-Zertifikat als besonders umweltfreundlich und auch nachhaltig eingestuft.

Das Altpapier kommt aus der Region und wird in einer riesigen Halle vor der eigentlichen Papierherstellung gesammelt. Es ist immer eindrucksvoll zu sehen, welche Berge an Papier wir alle in den Haushalten und den Büros trennen.

Die Papierfaser kann mindestens fünfmal recycelt werden, bis sie schlussendlich zu kurz ist und in der Siebpartie der Papiermaschine ausgeschieden wird.

Nachhaltigkeit im Druck

Das Druckverfahren ist der Coldset-Rollenoffsetdruck. Dieses besondere Rollenoffsetverfahren funktioniert ganz ohne Trocknung und Wärme. Die Farbe trocknet rein durch Wegschlagen und somit ist das Verfahren sehr effizient. Es wird keine Energie für die Trocknung der Farbe benötigt.





Kontinuierlich fließt der „Nachschub“ von Altpapier, das recycelt und letzten Endes wieder im Zeitungsdruck eingesetzt werden kann. Quelle: Papierfabrik Palm, Eltmann

In Summe kann man sagen, dass der Zeitungsdruck viele Aspekte einer nachhaltigen Produktion vereint und der ZEIT Verlag weiterhin an dieser Produktionsart festhält. Im Übrigen gelten auf Zeitungspapier verbreitete Informationen in Umfragen als besonders glaubhaft und authentisch.

Das liegt natürlich zum einen an dem großen Einsatz der Redaktionen, zum anderen aber auch an der „Unveränderlichkeit“ des gedruckten Wortes. Die Leser können sicher sein, dass die Nachricht nicht noch einmal überarbeitet wird und sich die Redaktion daher sehr viel Mühe in der Recherche und der Glaubwürdigkeit gegeben hat.

Der Ausblick für unseren Verlag in Sachen Nachhaltigkeit ist der, dass wir aktuell und bis Jahresende unseren kompletten CO₂-Abdruck ermittelt haben wollen, um uns dann in erster Linie um das Reduzieren von CO₂ zu kümmern oder alternativ den übrigen, nicht zu verhindernden CO₂-Ausstoß zu kompensieren.



Gigantisch sind die Druckmaschinen, über deren Rollen Woche für Woche Hunderttausende Exemplare der Wochenzeitung DIE ZEIT gehen.

Quelle: Frankfurter Societätsdruckerei, Mörfelden



www.zeit-verlagsgruppe.de

Die Expertise des Grafischen Centrums Cuno in Sachen Nachhaltigkeit macht das Unternehmen zunehmend interessant auch für Projekte von anspruchsvollen Partnern mit internationalem Ruf. Wer sich selbst mit „Haut und Haaren“ dem Engagement für die Zukunft unseres Planeten verschrieben hat, für Menschen, deren Kreativität Nachhaltigkeit geradezu gebieterisch einfordert, wird das GCC zunehmend zur ersten Adresse für ihre eigenen Produkte. Die Zusammenarbeit mit dem GCC ist für sie gleichsam ein Statement der eigenen Haltung. Zwei Beispiele mögen dafür stehen.

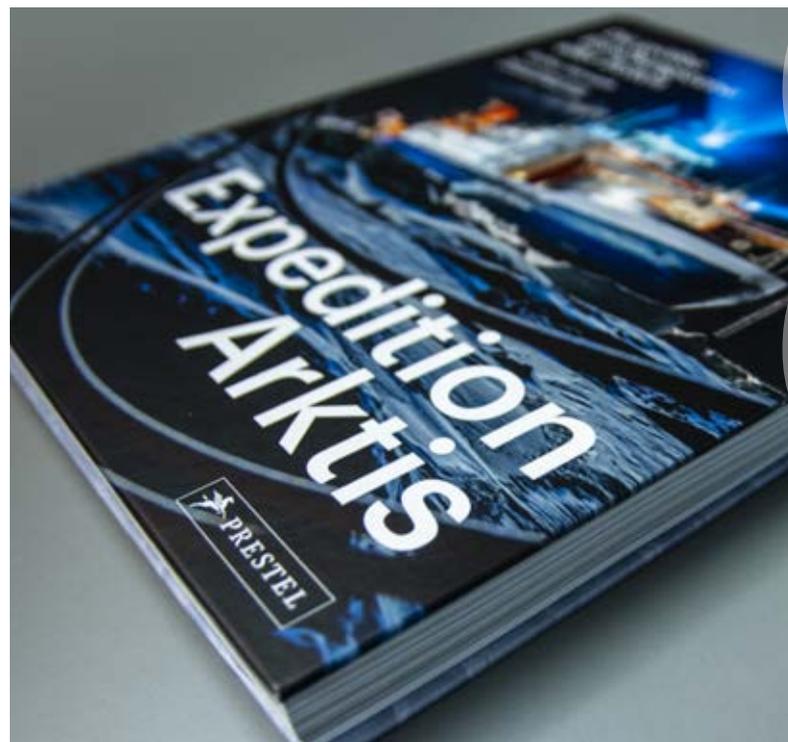
Arktis-Bildband von Esther Horvath aus dem GCC

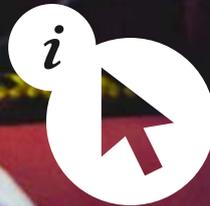
Spitzenfotografin bei Besuch begeistert von Druck- und Verarbeitungsqualität

Als zu klären war, wo der anspruchsvolle Bildband über die größte Forschungsreise aller Zeiten zu produzieren sei, entschieden sich Prestel-Verlag und Esther Horvath, eine der weltweit gefragtesten Expeditionsfotografinnen der Gegenwart, für das Grafische Centrum Cuno. Zum Druck der inzwischen 3. Auflage ihres Bildbandes über die MOSAIC-Expedition auf dem deutschen Forschungsschiff „Polarstern“ 2019/2020, das eingefroren im Eis monatelang durch die Arktis driftete, weilte Esther Horvath dann in Calbe, um sich an Ort und Stelle von der Abbildungsqualität ihrer Fotos zu überzeugen.



Mit der Mosaic-Expedition war Esther Horvath dem Klimawandel in der Arktis auf der Spur. Ihr Bildband wurde im GCC im Ultra HD Print gedruckt.





Weitere Informationen unter:

www.estherhorvath.com

www.prestel.de

www.mosaic-expedition.org



GCC-GF Manfred Cuno und Vertriebschefin Christiane Trepte informierten Esther Horvath umfassend über die nachhaltigen und technologisch anspruchsvollen Produktionsbereiche des Unternehmens, von denen sie sich höchst beeindruckt zeigte. Detailliert dokumentierte die Fotografin für ihre eigene weitere Arbeit die Abläufe im Drucksaal und bedankte sich noch am Abend in einer Mail beim GCC-Team: „Herzlichen Dank für Ihre Zeit heute und dafür, dass ich den Druck von ‚Expedition Arktis‘ anschauen durfte. Es war wunderschön, bei Ihnen in der Druckerei zu sein. Danke auch für Druckbögen und Druckplatten, die ich dann einrahmen werde.“

Die gebürtige Ungarin Esther Horvath ist dokumentarische Fotografin des Alfred-Wegener-Instituts in Bremen, Mitglied der International League of Conservation Photographers (iLCP), studierte und arbeitete in Ungarn und den USA und nahm bereits an mehreren internationalen Antarktis-Expeditionen teil. Veröffentlicht wurden und werden ihre Fotos u.a. in National Geographic, New York Times, Wall Street Journal, Time und GEO. Für eines ihrer Fotos von der MOSAIC-Expedition gewann sie 2020 den 1. Preis bei World Press Photo in der Kategorie Environment.

Das Grafische Centrum Cuno als komplexer Mediendienstleister fertigte den im Prestel-Verlag erschienenen Band in der Ultra-HD-Print-Abbildungstechnologie nachhaltig und in absolut höchster Qualität und bestätigt damit ein weiteres Mal seine qualitative Spitzenstellung unter den deutschen Buchproduzenten.



Jungen Menschen weltweit eine Stimme geben

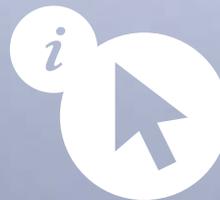
GCC als Partner beim 7CONTINENTS-Lauf von Extremläufer Norman Bücher

Ein außergewöhnliches Projekt erblickte Ende 2020 in gedruckter Form das Licht der Öffentlichkeit: Mit dem Ziel, jungen Menschen auf der ganzen Welt eine Stimme zu geben, war Extremläufer Norman Bücher am 11. Mai 2019 zu einer besonderen Reise gestartet. 7 CONTINENTS heißt das Projekt und auf der ersten Etappe lief Bücher quer durch Europa. Von Berlin nach Istanbul, knapp 2.300 Kilometer. Auf seinem Weg durch acht Länder sammelte er die Stimmen von knapp 5.000 jungen Menschen über ihre Zukunft und legte zugleich größere Distanzen als bei einem Marathonlauf zurück.

Was Norman Bücher auf dieser Etappe widerfahren ist, was ihn beeindruckte, zum Nachdenken brachte, welche Inspirationen er hatte – all das hielt er in beeindruckenden Fotos und inspirierenden Texten in zwei neuen Büchern fest, die in limitierter Auflage und mit höchstem Anspruch im Grafischen Centrum Cuno gefertigt wurden: ein fadengehefteter Bildband und ein klebegebundenes Sachbuch. Sie berichten über Dinge, die Norman über das Leben und über sich selbst während seiner Reise erfahren und gelernt hat. Vor allem die Begegnungen und Gespräche mit den Menschen waren es, die ihn zum Nachdenken anregten und ihm neue Perspektiven aufzeigten. „Für mich“, so sagt Bücher, „ist 7 CONTINENTS ein Lebensprojekt. Ich möchte damit Menschen bewegen, unsere Welt zum Besseren zu verändern. Nun freue ich mich, die Erkenntnisse, Erlebnisse und vor allem die Stimmen der Kinder und Jugendlichen durch zwei Buchprojekte mit der Welt teilen zu dürfen“, so der 42-Jährige.

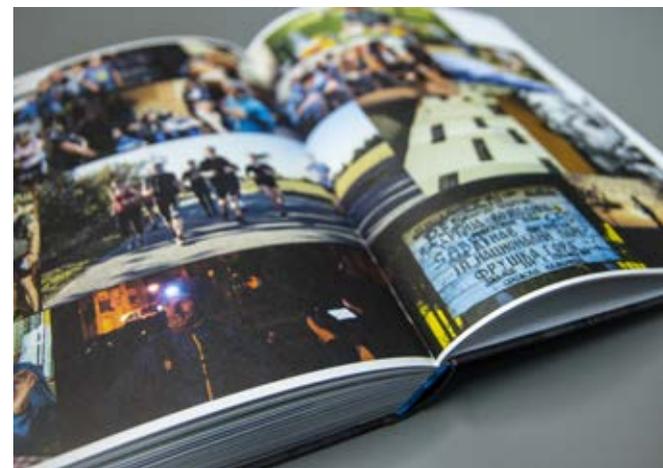
Norman Bücher zeigte sich auch höchst beeindruckt von den Ergebnissen der Arbeit des GCC. „Es war für mich ein ganz besonderer Moment, als ich die beiden 7 CONTINENTS-Bücher zum allerersten Mal in den Händen halten durfte“, mailte er. „Ich möchte mich beim gesamten GCC-Team für die wundervolle Zusammenarbeit und die fantastischen Bücher bedanken.“ In den nächsten sechs Jahren will Norman Bücher alle sieben Kontinente der Welt mit Mikrophon und Kamera durchlaufen. Die knapp 20 000 Kilometer werden ihn durch 70 Länder führen, in denen er auch Vorträge halten und Workshops in 700 Jugendeinrichtungen organisieren wird.





Weitere Informationen unter:
www.7-continents.com
www.norman-buecher.de

Die Welt zum Besseren zu verändern und dabei Kinder und Jugendliche „mitzunehmen“: das ist Anspruch und Ziel des jahrelangen, weltumspannenden 7Continent-Laufs von Extremläufer Norman Bücher. Das Grafische Centrum Cuno ist einer der Unterstützer dieses anspruchsvollen Vorhabens.



Produckthighlights, die nachhaltig überzeugen

Lieblingsbücher, Lieblingskataloge, Lieblingszeitschriften:
In allen unseren Produktgruppen finden sich vielfäl-
tige Beispiele dafür, wie diese nachhaltig produziert
werden können.



Softcover: Landvergnügen 2020/2021
Herausgeber: Landvergnügen UG



Hardcover: Weltall
Verlag: Windy Verlag GmbH



Hardcover: Die kleine Elfe wünscht sich was
Herausgeber: Verlag Freies Geistesleben & Urachhaus GmbH



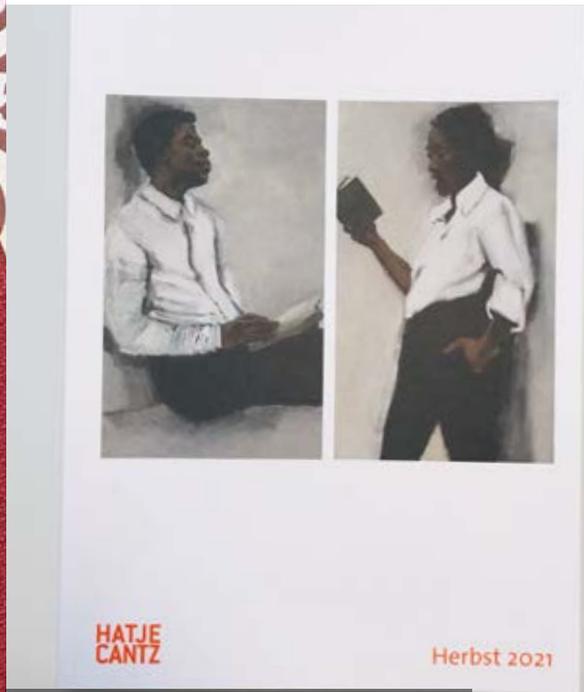
Hardcover: Taycan
Herausgeber: Porsche AG



Hardcover: Bewegte Frauen
Verlag: Schwabenverlag



Hardcover: 911 Targa 4S
Herausgeber: Porsche AG



Klebebindung: Herbst Vorschau
Verlag: Hatje Cantz



Hardcover: Wenn Tiere träumen
Herausgeber: Windy Verlag GmbH



Hardcover: Nie ohne Seife waschen
Verlag: Weltenbummler Kids



Hardcover: Die Regen-trude
Herausgeber: Verlag Freies Geistesleben & Urachhaus GmbH



Eine geheime Revolution ist im Gange

Den vom UHD-Fernsehen geprägten Sehgewohnheiten fügen wir mit der von uns entwickelten Ultra HD Print Technologie eine weitere Facette hinzu. Die neuartige, digital modulierte Abbildungstechnologie ermöglicht eine bislang ungeahnte Abbildungsqualität. Der Traum vom fotorealistischen Offsetdruck mit gesättigter klarer Farbe, offenen Tiefen, scharfen Strukturen und weichen Farbverläufen wird hier für jedermann sichtbare Wirklichkeit.

Von kreativen Köpfen erdacht, im GCC in intensiver Arbeit voran getrieben und zur Reife gebracht, macht sie Druckerzeugnisse brillanter, qualitativ konstanter und sichtbar wertiger. Bei uns wird die Zukunft gedruckt. Ultra HD Print gedruckt, werden Sie Ihre Produkte noch mehr lieben.

Erweiterter Farbraum und leuchtende Farben durch größeren Lichtfang

Man steht und staunt, der Moment prägt sich ein. Wie oft geht uns das so in der Natur, wenn die Sinne offen sind für das, was auf sie einströmt. Wir wollen diesen Moment einfangen, wiederholen, für später, irgendwann. Alles, was wir so sehen, soll später im Architekturbuch, dem Reiseführer oder Autokatalog ebenso strahlen und den erlebten mystischen Augenblick auf das Papier bringen.

Ultra High Definition Print sorgt für eine fotorealistische, scharfe Farbwiedergabe ohne jede Einschränkung in einer sensationellen und beeindruckenden neuen Realität. Wir sehen, was wir empfunden haben.



**ULTRA HD[®]
PRINT**

- Feinste Bilddetails und satte Farben
- Tonwertstabilität in Licht, Mittelton und Tiefe
- Erweiterter Farbraum durch größeren Lichtfang
- Weiche Verläufe und absolut glatte technische Töne
- Moiré- und störungsfreie Rastertechnik

Ist Qualität Ansichtssache?

Schon immer waren die internationale Qualitätsmaßstäbe für uns verbindlich – ProzessStandard Offsetdruck heißt das ganz nüchtern. Wir erweitern diese zertifizierte Fertigungsweise durch weitere Prüfungen: PSOaktiv und LIVING PSO!®. Durch den ProzessStandard Offsetdruck wird der Qualitätsbegriff für jeden nachvollziehbar und messbar – alle Beteiligten sprechen mit einer Sprache.

Speziell bei PSOaktiv und LIVING PSO!® wird innerhalb der Fertigungskette der Produktionsprozess ständig überprüft und optimiert. Eine konsequente Anwendung des ProzessStandard Offsetdruck minimiert Fehler und beschleunigt den Produktionsprozess. Das Druckerzeugnis wird übergreifend qualitativ konstanter, wiederholbarer und hochwertiger produziert.

Und da, wo es bisher keinen neuen Standard gibt, schaffen wir unseren eigenen: **unsere GCC Spezialität – Ultra HD Print.**

In Kombination mit der „neuen“ eingesetzten Drucknorm – nach „PSOcoated_v3“ Standard – bieten wir gerade bei hochweißen Papieren (erhöhter OBA-Anteil) deutliche Vorteile in der Farbabstimmung Proof-zu-Druck im Vergleich zu dem klassischen „ISOcoated_v2“ Profil.

ULTRA HD PRINT

AM RASTER

FM RASTER

HYBRID RASTER

PLATINGRAU
C24_M37_Y12_K45

TÜRKISBLAU
C80_M37_Y12_K45

Weitere Informationen unter:
www.ultrahdprint.de



Am 13. April 2021 hat das GCC die Qualitätsprüfung seiner Produktionsprozesse erneut glänzend bestanden und trägt weiterhin das Zertifikat „LIVING PSO!® – Certified Printer“.

Die LIVING PSO!®-Zertifizierung garantiert ein perfektes Zusammenspiel von Vorstufe, CtP und Druck. Die Effizienz im Unternehmen wird gesteigert und eine kontinuierlich hohe Qualität für den Kunden garantiert.

i

Standardisierung

- Prozessstabilität
-> Verringerung Reklamationen, Terminsicherung
- Konstanz und Sicherheit
-> wiederholbare Ergebnisse, messbare Qualität
- Schnelles Einrichten
-> weniger Zuschuss, geringere Produktionszeit



MÜLL GEGEN MÜLL

WILDPLASTIC recycelt Kunststoff zum Design-Müllbeutel

Die Idee für seine Unternehmensgründung kam Christian Seibold beim Schwimmen im Amazonas. Denn was als pures Naturerlebnis gedacht war, glich eher dem Durchwühlen einer gelben Tonne. Sein Entschluss, das Müllproblem buchstäblich anzupacken und langfristig zu lösen, mündete in der Gründung der WILDPLASTIC GmbH im Sommer 2019.

Jährlich werden fast 300 Millionen Tonnen Plastik mit über 90 Prozent Neuplastik-Anteil produziert. Mehr als fünf Milliarden Tonnen Kunststoff befinden sich inzwischen außerhalb der Recyclingsysteme als „wildes Plastik“ in der Umwelt – mit bekanntlich großen Schäden im globalen Ökosystem.

Das mittlerweile achtköpfige WILDPLASTIC-Team hat sich zum Ziel gesetzt, wildes Plastik als Wertstoff in die Kreisläufe zurückzuführen und in ressourcenschonende Produkte zu verwandeln. Mit dem stylish designten WILDBAG hat es im Oktober 2020 den ersten Müllbeutel aus zu 100 Prozent recyceltem wildem Plastik auf den deutschen Markt gebracht. Dabei arbeitet das Hamburger Unternehmen mit zertifizierten Organisationen zusammen, um das wilde Plastik auch in Ländern ohne eigene Recyclingstrukturen zu sammeln. Gleichzeitig setzt sich WILDPLASTIC für bessere Arbeits- und Lebensbedingungen der Sammler und Sammlerinnen in Asien, Afrika und Mittelamerika ein.



Weitere Informationen unter:
metapaper.io/wiki/pure-cotton/



PURE COTTON

Luxuspapier aus T-Shirt-Resten

Baumwolltextilien werden seit Jahrhunderten für die Papierproduktion verwendet. In den frühen Tagen der Papierherstellung war Baumwolle sogar die primäre Quelle für Papierfasern, bis Zellulose aus Holz diese Funktion übernahm. Baumwollfasern sind sowohl sehr stabil als auch sehr weich und sind damit der ideale Rohstoff für Papiere der Luxusklasse. Für das neue PURE COTTON T-Shirt White – 100 % Recycled verwendet die Papierfabrik Mohawk Baumwollabfälle aus der Produktion weißer T-Shirts als neue Faserquelle. So landet die ungebleichte Baumwollfaser nicht auf Mülldeponien, sondern wird von Mohawk für die Papierproduktion aufbereitet.

PURE COTTON T-Shirt White ist in Europa exklusiv bei der E-Commerce-Plattform Metapaper erhältlich. In 324 g/m² und den Farbtönen White und Warmwhite erhältlich, eignet es sich für den Indigo-Digitaldruck, den konventionellen Digitaldruck, Letterpress, Risografie und natürlich für den Offsetdruck.

Wikkelhouse

Das Haus aus Pappe

Mit dem sogenannten Wikkelhouse präsentiert das Amsterdamer Konstruktionsbüro Fiction Factory ein Gebäude, das nicht aus Beton, Ziegelstein oder Holz, sondern aus Pappe gebaut ist.

Das Gebäude besteht aus einer Reihe von modularen Teilen, die wie die Scheiben eines Brotlaibs nebeneinander gestapelt sind. Jede dieser 1,2 Meter breiten Scheiben ist dabei eine Endlosschleife aus 24 Schichten Wellpappe. Die Außenseite des Wikkelhouse ist mit einer wasserdichten Membran ausgestattet, damit diese nicht durchweicht, während die Innenseite mit einer dünnen Holzschicht versehen ist, um dem Haus Stabilität zu verleihen.

Bei der Herstellung der Module wird die Wellpappe um eine speziell entworfene Form herum modelliert. Die fertigen Module wiegen jeweils etwa 1.100 Pfund und können wahlweise mit einer Küchen- oder Badezimmerabteilung ausgestattet werden, um einen individuellen Wohnraum zu schaffen, der für eine Lebensdauer von 50 Jahren ausgelegt ist.

Weitere Informationen unter:
www.wildplastic.com

Weitere Informationen unter:
www.wikkelhouse.com



ERKLÄRT WISSENSWERT ZITIERT



Blauer Engel

Der Blaue Engel ist seit über 40 Jahren das Umweltzeichen der Bundesregierung. Unabhängig und glaubwürdig setzt er anspruchsvolle Maßstäbe für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen. Produkte und Dienstleistungen, die mit dem Blauen Engel ausgezeichnet werden, sind umweltfreundlicher als vergleichbare, konventionelle Produkte und Dienstleistungen. Insofern bietet der Blaue Engel eine Orientierung beim nachhaltigen Einkauf. Mit jedem Kauf eines Produkts oder einer Dienstleistung kann der Verbraucher so ggf. direkt oder indirekt über Belastungen von Wasser, Boden, Luft oder der eigenen Gesundheit entscheiden. Dabei ist bei der Beurteilung stets der gesamte Lebensweg eines Produkts zu betrachten. Um die technische Entwicklung widerzuspiegeln, überprüft das Umweltbundesamt alle drei bis vier Jahre die Kriterien.

CCB-Allianz

Die Climate, Community & Biodiversity Alliance (CCBA) ist eine Initiative von Conservation International, CARE, The Nature Conservancy, der Rainforest Alliance und der Wildlife Conservation Society, um die Entwicklung von Landmanagementaktivitäten zu fördern. Die CCBA wurde 2003 gegründet und arbeitet daran, die öffentlichen und privaten Investitionen in Waldschutz, Wiederherstellung und Agrarforstwirtschaft zu erhöhen, indem Standards entwickelt werden, die die Emissionen von Treibhausgasen reduzieren sollen. Die Standards für Klima, Gemeinschaft und biologische Vielfalt werden von mehr als 100 Projekten auf der ganzen Welt angewendet. Die CCB-Standards ermöglichen es Investoren, politischen Entscheidungsträgern, Projektmanagern und Beobachtern der Zivilgesellschaft, Projekte zur Eindämmung des Klimawandels an Land zu bewerten, indem sie qualitativ hochwertige Projekte identifizieren, die bewährte Verfahren anwenden, um signifikante Vorteile für die lokalen Gemeinschaften und die biologische Vielfalt zu erzielen.

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 hervorzutun.

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).

C40

In dieser Initiative haben sich auf Initiative ihrer Bürgermeister und der Zivilgesellschaft weltweit Kommunen zusammengeschlossen. Sie verbindet 97 der größten Städte der Welt, um mutige Klimaschutzmaßnahmen zu ergreifen, die den Weg in eine gesündere und nachhaltigere Zukunft weisen. Die Bürgermeister der C40-Städte, die mehr als 700 Millionen Bürger und ein Viertel der Weltwirtschaft vertreten, setzen sich dafür ein, die ehrgeizigsten Ziele des Pariser Abkommens auf lokaler Ebene zu erreichen und die Luft, die wir atmen, zu reinigen. Bereits jetzt haben die C40-Städte mit ihrer Agenda Hunderte Millionen Tonnen CO₂ eingespart.

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®.

GCC-Verfahren

Der Werkstoff German Compact Composite (GCC), der für das megawood® Konstruktionsholz verwendet wird, besteht aus nachhaltig bewirtschafteten Holzbeständen, ist ökologisch und wiederverwertbar. Der Holzwerkstoff hat einen weltweit einzigartig hohen Naturfaseranteil von bis zu 75 Prozent. Dieser wird durch die Kombination mit Polymeren und Additiven gebunden, so dass sich ein Werkstoff mit optimalen Eigenschaften herstellen lässt. Der Werkstoff German Compact Composite ist 100 Prozent recycelbar, kreislauffähig und Cradle to Cradle Certified™. Damit erreicht das GCC-Verfahren allein im Bereich der Recycelbarkeit bereits das Gold Level sowie im Bereich Materialgesundheit sogar das Platin Level des Cradle to Cradle Certified™ Standards.

GRI – Global Reporting Initiative

Die GRI ist ein Anbieter für die Erstellung von Richtlinien von Unternehmen, Regierungen und Nichtregierungsorganisationen. GRI versteht sich als ein kontinuierlicher internationaler Dialog, der eine Vielzahl von Anspruchsgruppen einbezieht. Die Grundlage einer Berichterstattung nach GRI ist Transparenz, ihr Ziel eine Standardisierung und Vergleichbarkeit. Die GRI-Richtlinien sollen die nachhaltige Entwicklung weltweit unterstützen und gleichzeitig Firmen, Regierungen, Investoren, Arbeitnehmern und einer interessierten Öffentlichkeit vergleichbare Entscheidungs- und Orientierungshilfen bieten. Sie sollen Unternehmen/Organisationen bei der Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten mit einem freiwilligen Rahmen für die Berichterstattung unterstützen. Durch die Festschreibung bestimmter Kennzahlen und Indikatoren zu wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Aspekten ihrer Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen wird die Vergleichbarkeit der Berichte erhöht. GRI hat Regionalbüros in Australien, Brasilien, China, Indien und den USA sowie ein weltweites Netzwerk von 30.000 Personen.

Healthy Printing Charta

Die Healthy Printing Charta wurde entwickelt, um durch Wissenstransfer und die Skalierung von Methoden Druckprodukte zu unterstützen, die gesund für Menschen, Wirtschaft und Umwelt sind. Ein gesundes Druckprodukt, das Papier, Additive, Druckfarben und Druckverfahren kombiniert, ist bislang nur partiell verfügbar. In diesem Kontext wird von den Unterzeichnern der Charta nicht erwartet, dass sie mit der Massenproduktion eines Gesamtprodukts beginnen, sondern dies als ein Ziel anerkennen, auf das hingearbeitet werden soll. Einzelne Komponenten, wie Druckfarben, sind bereits verfügbar und könnten als Ausgangspunkt verwendet werden. Die Charta gilt für bedruckte Papier-, Papp- und Kartonprodukte sowie Nebenprodukte und für Kunststoffe, die als Beschichtung eingesetzt werden, oder bei Papier-Kunststoff Laminaten. Die Erfahrungen zeigen, dass gesundes Drucken die Ressourcenproduktivität durch eine verbesserte Recyclingfähigkeit erhöht, die (Wieder)Verwendung recycelter Rohmaterialien steigert und optimale Bedingungen für eine gesunde Wirtschaft fördert.

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 sind, 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 Berücksichti-

gung 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.

Papierherstellung und Papiergebrauch

Die wichtigsten Fakten zur Nachhaltigkeit von Papierherstellung und Papiergebrauch stellt eine neue Studie des „bifa Umweltinstituts“ zusammen. Die Ausarbeitung „Nachhaltiger Papierkreislauf – eine Faktenbasis“ liefert auf 57 Seiten eine umfassende Datenbasis insbesondere zu den Themenfeldern Ökobilanzierung, Energieverbrauch, Holzherkunft und Recycling. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die Papierindustrie mit Holz einen nachwachsenden Rohstoff nutzt, der bilanziell keine Treibhausgas-Emissionen verursacht und bei nachhaltiger Nutzung das Ökosystem Wald nicht beeinträchtigt. Eine Analyse der Holzherkunft zeige, dass Rodungen oder die Umwandlung von Primär- und naturnahem Wald überwiegend anderen Zwecken als der Papierherstellung dienen. „Mit der Zertifizierung von Waldflächen und mit dem Erwerb von FSC- oder PEFC-zertifiziertem Holz, Faserstoff oder Papier wird von vielen Unternehmen eine nachhaltige Waldwirtschaft unterstützt“, so der Verband Deutscher Papierfabriken. Bei nachhaltiger Holznutzung und hohen Recyclingquoten habe die Papierwirtschaft einen guten Ausgangspunkt, um verantwortlich und nachhaltig zu agieren. Ein unendliches Recycling sei jedoch nicht möglich. Verluste sekundärer Fasern im Prozess müssten immer wieder durch Primärfasern ersetzt werden.

Quelle: *Print.de*

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.

Recyclingpapier und Klimaschutz

Eine neue Studie von Forschern der Yale University und des University College London hat jetzt die potenziellen Umweltvorteile des Papierrecyclings in Frage gestellt. Die Studie stellt heraus, dass das Recycling von Papiermaterialien sogar negative Folgen für das Klima haben könnte. Die Autoren mahnen an, bei den Bemühungen um eine Kreislaufwirtschaft auch die energetischen Auswirkungen des Recyclings von Papierprodukten sorgfältig zu betrachten. Sie kommen zu dem Schluss, dass das Papierrecycling wahrscheinlich nur begrenzten Klimanutzen hat und sogar eine höhere Belastung für das Klima darstellt als die Produktion von Papier aus Primärfasern. Der Hauptgrund hierfür ist, dass bei der Herstellung von Recyclingpapier mehr fossile Energie verwendet wird als bei der Produktion von Primärfaserpapier. Hingegen lässt sich Papier aus Primärfasern – so die Studie – mit fossilfreier Energie herstellen, die aus Nebenprodukten des Holzaufschlusses stammt. „Diese Schlussfolgerungen stimmen mit dem überein, was wir auf dem Markt beobachten können“, sagt Johan Granås, Sustainability Director bei Iggesund Paperboard. Dennoch ist er der Meinung, dass Papier auch weiterhin recycelt werden sollte – besonders dann, wenn der Anteil an erneuerbarer Energie erhöht werden kann. „Wenn niemand mehr Primärfasern produziert, gibt es auf Dauer auch nichts mehr zu recyceln. Und gäbe es heute keine Recyclingfasern, ließe sich der Bedarf durch die Primärfaserproduktion nicht decken“, betont er.

Quelle: *Stijn van Ewijk, Julia A Stegemann und Paul Ekins: „Limited climate benefits of global recycling of pulp and paper“, Nature Sustainability 2020.*

SDGs

SDGs (englisch Sustainable Development Goals) sind 17 politische Zielsetzungen der Vereinten Nationen, 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.“

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.

UN Global Compact

Der United Nations Global Compact ist die weltweit größte und wichtigste Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Auf der Grundlage zehn universeller Prinzipien und der Sustainable Development Goals verfolgt sie die Vision einer inklusiven und nachhaltigen Weltwirtschaft zum Nutzen aller Menschen, Gemeinschaften und Märkte, heute und in Zukunft. Mit ihrem Beitritt zeigen bereits über 15.000 Unternehmen und Organisationen aus Zivilgesellschaft, Politik und Wissenschaft in mehr als 160 Ländern, dass sie diese Vision verwirklichen wollen.

VCS-Standard

Der Verified Carbon Standard, früher auch freiwilliger Carbon Standard, ist eine Standard-Emissionsminderung für die Zertifizierung. VCS wird von Verra, einer gemeinnützigen Organisation, verwaltet. Das VCS-Programm ist das weltweit am häufigsten verwendete freiwillige Programm zur Treibhausgas (THG)-Reduzierung. Über 1.600 zertifizierte VCS-Projekte haben gemeinsam mehr als 500 Millionen Tonnen Kohlenstoff und andere Treibhausgasemissionen aus der Atmosphäre reduziert oder entfernt. Einzelpersonen und Unternehmen auf der ganzen Welt erkennen die Bedeutung der Reduzierung ihrer Treibhausgasemissionen an. Infolgedessen reduzieren viele von ihnen ihren CO₂-Fußabdruck durch Energieeffizienz und andere Maßnahmen.

Weitere Quellen: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Wikipedia, Der Spiegel



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

Papier

FSC® Mix Gardamatt Eleven



Ultra HD Print Verfahren



Klimaneutral



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