

druck & medien

Zeitschrift des Verband Druck & Medientechnik
Heft 11 | April 2020

MAGAZIN



NACHHALTIGKEIT

2

Unterstützung in
der Corona-Krise

4

Zahnlose
Klimapolitik

6

Standpunkte

8

Grüne Druckbranche

Wollen Sie mehr wissen?

Warum vertrauen Leser
Printmedien mehr?

Geht es der Umwelt wirklich
besser, wenn ich meine
Bankauszüge online bekomme?

Wer liest eigentlich lieber
von Bildschirmen?

Leidet der Wald in Europa unter
der Papierproduktion?

Wie funktioniert das
Papierrecycling bei uns?



Sie mögen Papier & Printmedien und freuen sich, wenn Sie darüber
echte Fakten statt falscher Informationen finden.
– Dann lesen Sie unseren Newsletter!

Go to: bit.ly/twosidesat



www.at.twosides.info

DRUCK & MEDIEN MAGAZIN

2

ermutigung

UNTERSTÜTZUNG IN DER CORONA-KRISE

- 2 : Kostenfreie professionelle Unterstützung in der Corona-Krise
- 3 : Editorial

4

go ahead

ZAHNLOSE KLIMAPOLITIK

- 4 : Zahnlose Klimapolitik

6

kommentare & kolumnen

STANDPUNKTE

- 6 : Standpunkte
- 12 : Kurzarbeit wo möglich, aber alternative Vereinbarungen, wenn sinnvoll

8

trendscout

GRÜNE DRUCKBRANCHE

- 8 : Grüne Druckbranche
- 9 : Best Practice – GreenPrint Osttirol
- 10 : Druckerei Gutenberg-Werbering
- 13 : Verband Druck & Medientechnik Einsatz für Klimaschutz sichtbar machen
- 14 : Klimaschutzallianz für die Druck- & Medienbranche
- 16 : Nachhaltiger Papierhunger?

19

society

NEUIGKEITEN AUS DER BRANCHE

- 19 : Re-Zertifizierungen
- 20 : Eröffnung Kompetenzzentrum für Digitaldruck
- 20 : Impressum
- 21 : Erster dauerhafter antibakterieller Lack

PROFESSIONELLE UNTERSTÜTZUNG IN DER CORONA-KRISE

Der Verband Druck & Medientechnik bietet für seine Mitglieder kostenfreie professionelle betriebswirtschaftliche Unterstützung und Hilfe in Zeiten der Corona-Krise



Peter Sodoma, Geschäftsführer
Verband Druck & Medientechnik

Foto: Doris Seebacher

Aktive Unterstützung

„Als Verband Druck & Medientechnik ist es unser erklärtes Ziel, unsere Mitglieder in diesen für sie so schwierigen Zeiten aktiv zu unterstützen und Lösungen anzubieten, um ihren Betrieb erfolgreich durch die Krise zu bringen“, sagt Peter Sodoma, Geschäftsführer des Verband Druck & Medientechnik. Daher hat der Verband sein Service-Angebot ausgebaut.

SCHNELLE INFORMATION ÜBER DIE TELEFON-HOTLINE

Unter der Telefonnummer +43 1 512 66 09 geben Experten Montag bis Donnerstag 8:00 - 18:00 Uhr und Freitag 8:00 - 14:00 Uhr unter anderem Tipps und Auskünfte zu folgenden Themen:

- Arbeitsrecht
- Betriebswirtschaft
- Förderansuchen
- Unterstützung



Peter Voithofer,
Unternehmensberater

Foto: Felicitas Matern

Intensive Beratungsgespräche

Unternehmensberater Peter Voithofer steht für betriebswirtschaftliche Beratungsgespräche im Ausmaß von zwei Stunden bereit. Vielen ist Voithofer noch als Geschäftsführer der KMU Forschung in Erinnerung, dieses Know-how bringt er jetzt bei Halbzeit2 in die Beratung von klein- und mittelständischen Betrieben bei Re- und Umstrukturierungen ein.

Die kostenfreien Beratungstermine erfolgen per Telefon oder Video-Stream und sind ein exklusives Angebot für alle Mitglieder des Verband Druck & Medientechnik.

PETER VOITHOFER BERÄT UNTER ANDEREM ZU FOLGENDEN FRAGEN:

- Wie meistere ich Liquiditätsengpässe?
- Wie gestalte ich aktuell das Gespräch mit bzw. den Informationsfluss zu meiner Hausbank?
- Welche innerbetrieblichen Sofortmaßnahmen sind möglich und geboten?
- Welche Re- und Umstrukturierungsmöglichkeiten sind für mich am sinnvollsten?

Anmeldemöglichkeit unter www.druckmedien.at

Regelmäßiges Update

Die Corona-Pandemie bringt ständig Neuerungen für Unternehmen. Der Verband Druck & Medientechnik informiert stets aktuell via Newsletter und Website. Anmeldungen sind unter www.druckmedien.at möglich.

Gerald Watzal, Präsident Verband Druck & Medientechnik



Foto: Offiset 5020

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

in den letzten Wochen hat uns die epidemische Ausbreitung des Coronavirus nicht nur in unseren sozialen Grundfesten erschüttert. Die massiven Einschränkungen des öffentlichen und privaten Lebens haben uns auch aufgezeigt, wie fragil und verletzlich unsere Wirtschaft ist. Einerseits war und ist gerade die Druck- & Medienbranche von massiven Auftragsstornierungen und Lieferengpässen betroffen, andererseits erhielten plötzlich Druckereien Anrufe von Unternehmen, die ihre Produktion aus dem Ausland abziehen und wieder nach Österreich verlagern wollen. Angesichts unsicherer Lieferungen besinnen sich anscheinend viele auf Gedrucktes aus Österreich.

Auch unser Klima ist durch die Corona-Krise betroffen – und zwar in diesem Fall positiv. Die Satellitenbilder der US-Weltraumbehörde NASA und der europäischen ESA zeigten deutlich eine Verringerung der Umweltverschmutzung über China. Statt der üblichen Smog-Glocke war die Luft über der am stärksten betroffenen Provinz Wuhan sowie den Ballungszentren so klar und sauber wie schon lange nicht mehr. Eine Studie der Non-Profit-Organisation Carbon Brief errechnete sogar eine Reduktion von 100 Mio. Tonnen CO₂ allein in China.

Der Produktionsstopp in Fabriken, die kaum Umweltstandards kennen, war wirtschaftlich eine Katastrophe, aber anscheinend gut für die Umwelt. Ob wir aus dieser massiven Krise lernen und beim Wiederaufbau unserer Wirtschaft den Irrsinn überdenken, Waren quer durch Europa zu karren oder aus Asien zu importieren, auf der Jagd nach dem billigsten Angebot? Der regionale Produzent kann durchaus der Bestbieter sein, weil er mehr Service bietet und nachhaltig umweltfreundlich produziert. Das gilt für alle Branchen, insbesondere aber für die Druck- & Medienbranche.

Klimaschutz wird nach der Bewältigung des Coronavirus die nächste große Herausforderung sein, vor der wir unsere Augen nicht verschließen können. Aber wo stehen wir derzeit und was bedeutet Nachhaltigkeit für unsere Branche? Und wie erkennen Kunden echte „grüne“ Druckereien? Das erfahren Sie in dieser Ausgabe.

Viel Spaß beim Lesen

A handwritten signature in black ink, which reads "Gerald Watzal". The signature is written in a cursive, flowing style.

Ihr Gerald Watzal
Präsident Verband Druck & Medientechnik

ZAHNLOSE KLIMAPOLITIK

Alle reden von Klimaschutz. Doch außer schönen Reden ist zumindest auf politischer Ebene noch nicht der große Wurf gelungen. Zu unterschiedlich sind die Interessen von Industrie, NGOs und Konsumenten. Das Ergebnis: Die meisten Pläne bleiben sehr vage und scheitern oft in der Umsetzung. Ein Faktencheck.

Dass Klimaschutz eine der größten globalen Herausforderungen ist, bestreiten mittlerweile immer weniger Menschen. Die globale Durchschnittstemperatur auf der Erdoberfläche steigt aufgrund der zunehmenden Konzentration von Kohlendioxid (CO₂) und anderen Treibhausgasen in der Atmosphäre kontinuierlich an. Vermehrte Extremwetterereignisse, schrumpfende Gletscher und steigende Meeresspiegel geben bereits einen Einblick, wie sich das Klimasystem verändern wird. Soweit die Fakten. Doch was konkret zu tun ist, darüber herrscht Uneinigkeit.

Schon 1997 wollte die EU mit dem Kyoto-Protokoll ein internationales Zeichen zur Eindämmung des weltweiten Anstiegs der Durchschnittstemperatur um max. 2° C setzen. Die USA lehnten 2001 die Ratifikation des Protokolls ab. Das Kyoto-Protokoll trat damit ohne USA am 16. Februar 2005 in Kraft und legt erstmals völkerrechtlich verbindliche Zielwerte für den Ausstoß von Treibhausgasen in den Industrieländern fest. 2007 wurden diese Ziele mit der Agenda 2020 konkretisiert: Bis 2020 soll mindestens 20% weniger CO₂ ausgestoßen, der Anteil der erneuerbaren Energieträger auf 20% erhöht und die Energieeffizienz um 20% verbessert werden. Bis Anfang Dezember 2011 haben 191 Staaten sowie die Europäische Union das Kyoto-Protokoll ratifiziert.

2011 setzte sich die EU-Kommission im Rahmen der „low-carbon economy roadmap“ für 2050 das Ziel, die CO₂-Emissionen um 80% zu reduzieren, bei gleichzeitiger Erhaltung der Wettbewerbskraft. Gleichzeitig folgte ein Rückschlag für das Kyoto-Protokoll: Kanada gab am 13. Dezember 2011 seinen Ausstieg aus dem Abkommen bekannt.



Foto: pixabay

Die EU hält weiter an ihrem Klimaplan fest und am EU-Emissionshandel, um das 20% CO₂- Reduktionsziel bis 2020 zu erreichen. 2019 stellte die EU ihren neuen Green Deal vor, der eine EU-weite CO₂-Neutralität bis 2050 vorsieht. Die Realität ist bisher allerdings ernüchternd. Die Ziele der 2007 ausgegebenen Agenda 2020 haben nahezu alle EU-Mitgliedsstaaten klar verfehlt.

Alles neu bei Grün-Türkis?

Der Antritt von Österreichs erster grünen Umweltministerin Leonore Gewessler weckte bei vielen NGOs große Erwartungen. Das im Jänner präsentierte Regierungsprogramm 2020 bis 2024 wurde von fast allen Umweltorganisationen im Großen und Ganzen gelobt. Die ARA begrüßte das „Bekenntnis zur Kreislaufwirtschaft“. Global2000 bedankte sich,

dass „praktisch alle unsere Punkte in irgendeiner Form berücksichtigt wurden“. Und Greenpeace bezeichnete die „geplante Klimaneutralität Österreichs bis 2040 und das schrittweise Auslaufen von Öl-, Kohle- und Gas-Heizungen in der Raumwärme als echte Meilensteine“. Obwohl alle NGOs ankündigten, dass sie die Umsetzung einfordern und der Regierungsarbeit kritisch auf die Finger blicken werden, so ist das Programm ein Bekenntnis zum Klimaschutz. Die aus Sicht der Druck- & Medienbranche wichtigsten Punkte:

Umweltschutz im Bestbieterprinzip verankern

Ziel ist die Umstellung der Bundesbeschaffung nach ökologischen und sozialen Mindeststandards, die sich am Umweltzeichen orientieren und Regionalität

fördern. Dazu soll das Bestbieterprinzip um verbindliche ökologische Kriterien für die angebotenen Produkte und Dienstleistungen erweitert werden (z. B. öffentliche Bautätigkeit).

Gebäudesanierung fördern

Die Bundesregierung möchte die Sanierungsqualität und damit rasche Verbrauchsreduktion und Kostenersparnis für die Haushalte steigern. Dazu werden im Regierungsprogramm vorrangig Sanierungskonzepte, Leitlinien und Änderungen in der Bauordnung angerissen, die ökologisch vorteilhafte Sanierungen fördern sollen.

Grüne Kredite

Das Regierungsprogramm bekennt sich zur Förderung von Klimaschutzmaßnahmen, die durch privates Kapital umgesetzt werden. Dazu könnte es – noch nicht näher definierte – grüne Kredite geben. Ein entsprechender Kriterienkatalog muss allerdings noch entwickelt werden.

Ausstieg aus fossilen Energieträgern bis 2040

Dazu soll einerseits die Nah- und Fernwärme forciert werden, andererseits wurde ein konkreter Stufenplan für den Ausstieg von Öl und Kohle in der Raumwärme vorgestellt. Ab 2020 dürfen diese Energiequellen nicht mehr in einem Neubau eingesetzt werden, ab 2021 muss bei einem Heizungswechsel auch ein Umstieg auf andere Energieträger erfolgen, ab 2025 müssen alle Heizkessel ausgetauscht werden, die älter als 25 Jahre sind. Gleichzeitig soll der Anteil von erneuerbarer Energie bis 2030 auf 100 % gesteigert werden. Dazu ist geplant, bis 2030 eine Photovoltaik-Erzeugungskapazität von 11TWh zuzubauen, bei Wind beträgt das Ausbauziel 10TWh, bei Wasserkraft 5TWh und bei Biomasse 1TWh.

Nachhaltige Mobilität

Ganz oben auf der Wunschliste von vielen Umweltschutzorganisationen steht der Ausbau des öffentlichen Verkehrs

zugunsten von Autos, der auch im Regierungspunkt verankert wurde. Demnach soll die Bahn im Fernverkehr zur attraktiven Alternative werden. Das Angebot soll verbessert und ausgebaut werden.

Kreislaufwirtschaft forcieren

Die Abfallvermeidung soll weiterentwickelt und umgesetzt werden. Langlebige, reparierbare und wiederverwertbare Produkte sollen forciert werden. Dazu werden gesetzliche Rahmenbedingungen angekündigt, die etwa den Ausbau von Mehrwegsystemen fördern sowie die Lebensmittelverschwendung eindämmen.

Plastikprodukte reduzieren

Die Reduktion von Plastik, speziell von Einwegplastikprodukten, wird konsequent umgesetzt und gefördert. Die Bundesregierung hat sich eine gesetzlich verankerte Reduktion um 20 % vorgenommen. So soll etwa die Recycling-Möglichkeit eine Produktionsvoraussetzung werden, vor allem in der öffentlichen Beschaffung.

digiDruck
Ihr persönlicher Druckpartner **at**

Nachhaltig
Regional
Persönlich

www.digidruck.at

Industriestraße B18, 2345 Brunn am Gebirge



STAND- PUNKTE

Neben dem politischen Willen sind beim Thema Klimaschutz Unternehmen und Konsumenten verstärkt gefordert, selbst aktiv zu werden. Die dmm-Redaktion hat nachgefragt, was die Druck- & Medienbranche, ihre Kunden sowie Umweltschutzorganisationen bewegt.



Anton Jenzer

Foto: DMVÖ

Klima- und Umweltschutz als Qualitätsmerkmal

Immer mehr Dienstleister und Agenturen stellen sich ihrer Verantwortung und haben die Notwendigkeit und Relevanz einer nachhaltigen und ressourcenschonenden Produktion von Werbemitteln und sonstigen Printprodukten erkannt. Zudem legen deren Auftraggeber bei der Wahl ihrer Lieferanten immer größeren Wert auf entsprechende Zertifizierungen und Gütesiegel.

Aus Verantwortungsbewusstsein, aber auch schlicht aus der Erkenntnis heraus, dass nachhaltig hergestellte Printprodukte bei den Empfängern (Kunden, Lesern etc.) Sympathie erwecken, Vertrauen schaffen und somit den Erfolg ihrer Marketing- und Werbemaßnahmen maßgeblich positiv beeinflussen.

Für Druckereien und Lettershops ist es naheliegend, beim wichtigsten Rohstoff anzusetzen, dem Papier. Das PEFC-Siegel z. B. steht dafür, dass das verwendete Holz für die Papierherstellung aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammt. „Klimaneutrales Drucken“, „Regionalität“ und „Printed in Austria“ sind mittlerweile wichtige Kriterien, die für einen geringeren CO₂-Fußabdruck sorgen und damit dem Klimaschutz zugutekommen.

Darüber wird ein Großteil des verwendeten Papiers wiederverwertet. Eine Recyclingquote in Österreich von über 70% kann sich im internationalen Vergleich durchaus sehen lassen.

Im Übrigen belegen Studien, dass der Ersatz von gedruckten Werbemitteln durch digitale Werbeformen bei genauerer Betrachtung ökologisch nicht wirklich zielführend ist. Neben dem immensen Stromverbrauch bei der Internet-Nutzung kommt durch die immer größere Anzahl von Digital Devices das Problem der Entsorgung des daraus resultierenden Elektroschrotts erschwerend hinzu. Weltweit sind das mittlerweile fast 50 Mio. Tonnen im Jahr. Bis heute gibt es noch keine zufriedenstellende Lösung, ihn wieder loszuwerden – umweltfreundlich und unter menschenwürdigen Arbeitsbedingungen.

Zur Person

Anton Jenzer, Präsident des Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ) // www.dmvoe.at



Rainer Will

Foto: Stephan Doleschal

Was tut der österreichische Handel für den Klimaschutz?

Dem österreichischen Handel ist bewusst, dass der Klimawandel die größte Herausforderung unserer Zeit ist. Daher

sind wir als Branche schon oft in Vorleistung gegangen. Bereits 2016 haben wir gemeinsam mit dem Umweltministerium die freiwillige Initiative »Pfiat di Sackerl« initiiert, um den Kunststofftragetaschenverbrauch zu reduzieren. Innerhalb von vier Jahren konnten die teilnehmenden Unternehmen die Anzahl der Plastiksackerl um ein Drittel verringern – mehr als 155 Mio. Stück wurden eingespart. Darüber hinaus konzipiert der Handel zurzeit gemeinsam mit der Bundesregierung neue Lösungen, um Kunststoffverpackungen in den Geschäften einzusparen.

Auf Produktebene agiert etwa der Lebensmittelhandel seit vielen Jahren als Partner und Unterstützer der 165.000

österreichischen Bauernhöfe. In unseren Regalen findet sich eine Vielzahl an regional und lokal produzierten Qualitätsprodukten. Wir haben heute den EU-weit höchsten Bio-Anteil im Lebensmittel Einzelhandel – rund ein Viertel unserer Landwirtschaftsfläche werden biologisch und damit klimaschonend bewirtschaftet. Der Handel trägt damit entscheidend zum Erhalt landwirtschaftlicher Strukturen bei.

Was die Geschäfte betrifft, setzt die Branche auf mehr Energieeffizienz, einige Händler bieten schon kostenfreie Ladestellen für Elektroautos an. Um die Bodenversiegelung zu reduzieren, werden in den Städten Supermärkte verstärkt in Kombination mit Wohnhäusern errichtet,

anstatt Flachbauten mit ebenerdigen Parkplätzen zu bauen. Auch der Unverpackt-Trend sowie umweltfreundliche Abfüllstationen sind auf dem Vormarsch.

Natürlich dürfen wir auch den wachsenden E-Commerce nicht vergessen. Mit

jeder Bestellung bei Amazon, Alibaba oder Wish wächst die Paketlawine. Daher experimentieren die heimischen Onlinehändler mit wiederverwendbaren Verpackungen und setzen auf eine möglichst nachhaltige Zustellung auf der letzten Meile. Die Retourenquote konnte

2019 ebenso reduziert werden wie die Zahl der Teillieferungen.

Zur Person

Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverband Österreich // www.handelsverband.at



Niko Pabst Foto: Marketing Club Österreich

Marketing macht Nachhaltigkeit erst möglich

Nachhaltiges Wirtschaften und nachhaltige Produkte sind für die

Marketingbranche ein großes Thema. Unternehmen beziehungsweise Marketingverantwortliche treiben das Thema aktiv, setzen in der Entwicklung von neuen Produkten immer stärker auf den Stempel der Nachhaltigkeit, aber nutzen den Begriff auch in der Kommunikation zum Endkunden oder im B2B.

Nachhaltigkeit ist aber nicht nur ein Trend, um kurzfristig Imagewerte zu erhöhen, sondern leistet einen wichtigen Beitrag für die Gesellschaft. Für Unternehmen ist CSR nicht nur eine leere Hülse, sondern wird teilweise stark gelebt. Als schönes Beispiel kann die Marke Wunderlinge angesehen werden, ein Preisträger beim Staatspreis

Marketing. Eine Marke, die von REWE kreiert wurde, um der Wegwerfgesellschaft Einhalt zu gebieten. Produkte wie Äpfel, Kartoffeln etc., die nicht dem Schönheitsideal entsprechen, werden nicht entsorgt, sondern als Wunderlinge in den Handel gebracht. Durch Initiativen wie diese, von denen es eine Vielzahl gibt, wird Nachhaltigkeit gelebt und durch das Marketing sogar erst ermöglicht.

Zur Person

Niko Pabst, Geschäftsführer des Marketing Club Österreich // www.marketingclub.at



Fridays For Future Demonstration

Foto: Fridays For Future

Klimakrise ist akut

Wie bei der Corona-Pandemie muss die Kurve schnellstmöglich nach unten gehen. Doch der eigentliche Patient ist die Erde, und sie hat bereits erhöhte Temperatur: Ihre Durchschnittstemperatur ist auf über 1°C gestiegen, und die Klimawissenschaft geht davon aus, dass wir bald die kritischen +1,5°C erreichen, welche gefährliche Klimakippelemente wie das vollständige Abschmelzen der Pole und das Auftauen

der Permafrostböden auslösen. Die Klimakrise hat Österreich bereits 2018 hart getroffen: Ernteausfälle, Wasserknappheit und Borkenkäferplage waren erste Anzeichen der sich anbahnenden Katastrophe. In Zukunft müssen wir jedes Jahr mit über 1.000 toten ÖsterreicherInnen rechnen, die an der Hitze verenden.

Wie Einzelpersonen können Unternehmen auf diese komplexe Krise alleine nur im kleinen Ausmaß reagieren, sind sie doch

gefangen in einem Wirtschaftssystem, das wie unser Planet immer mehr an seine Grenzen stößt. Um eine widerstandsfähige Wirtschaft zu ermöglichen, muss das Wohlergehen des Menschen und des Planeten vor Profite gestellt werden.

Unternehmen sind von den Maßnahmen gegen das Coronavirus betroffen und leiden mit Stillständen sowie dem gleichzeitigen Druck, ihre MitarbeiterInnen zu bezahlen. Wir stehen mit den Hilfsinvestitionen durch Corona vor einer einmaligen historischen Chance. Sie können jener Restart-Button sein, der es uns ermöglicht, unsere Wirtschaft wieder aufzubauen und neu auszurichten, um Unternehmen die Möglichkeit zu geben, ökologisch zu handeln.

Zur Person

Agnes Pürstinger und Anna Lindorfer sind Klimaschutz-Aktivistinnen bei Fridays For Future Austria // www.fridaysforfuture.at

GRÜNE DRUCKBRANCHE

Die Druck- & Medienbranche ist im Vergleich zu anderen Branchen Vorreiter im Klimaschutz. Schon seit den 1980ern haben Öko-Pioniere versucht, das Drucken grüner zu machen.

In manchen alten Dienstverträgen findet man noch eine Staub- und Schmutzzulage. Tatsächlich konnte die Arbeit in einer Druckerei früher nicht nur anstrengend sein, sondern auch die Gesundheit beeinträchtigen, etwa durch Lösemittel, Dämpfen von Farben und Lacken oder Staubbildung beim Drucken. Das hat sich mittlerweile grundlegend geändert. Der technologische Fortschritt bietet heute viele Möglichkeiten, die Produktion und damit auch das Druckprodukt selbst umweltfreundlich zu gestalten.

Hier ein paar Zahlen:



Über 130 Druckereien haben das Umweltzeichen für Druckprodukte UZ 24.

15 Druckereien sind CSR-zertifiziert und tragen das CSR-Gütesiegel für Druckereien.



Mehr als 40 Druckereien setzen auf „Printed in Austria“.

Alle Druckereien in Österreich bieten zertifizierte Papiere aus nachhaltiger Forstwirtschaft an (über 100 Betriebe sind nach PEFC oder FSC zertifiziert).



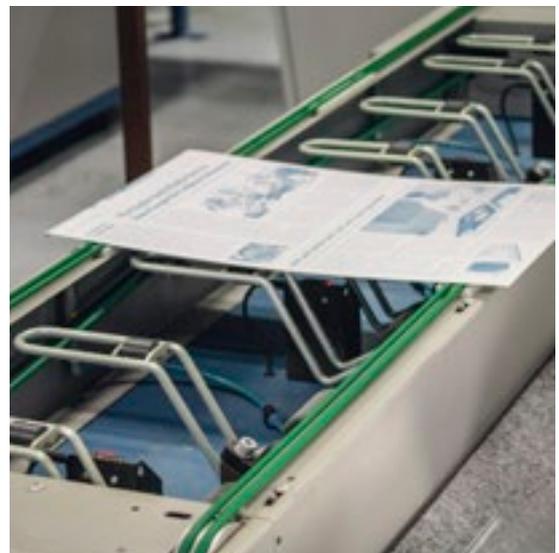
Über 100 Druckereien verwenden bereits einen CO₂-Rechner.



Druckzentrum OÖ Nachrichten

Foto: KiTo Michael Baumgartner

Insgesamt gibt es mehr als 600 Druckereien in Österreich – vom Kleinbetrieb bis zum Industrieunternehmen. Sie alle müssen die gesetzlichen Auflagen erfüllen. Manche engagieren sich darüber hinaus stark für Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Sie setzen etwa auf biologisch abbaubare Farben ohne Mineralöle, recyclebare Druckplatten, verwenden zertifizierte Papiere und Recyclingpapier sowie andere nachhaltige Bedruckstoffe, nützen die Abwärme der Maschinen für Heizung und Kühlung und haben den Einsatz von Chemikalien, etwa beim Reinigen von Sieben reduziert.



Druckzentrum OÖ Nachrichten

Foto: KiTo Michael Baumgartner

BEST PRACTICE GREENPRINT OSTTIROL

Der Name GreenPrint Osttirol ist Programm. Die Druckerei in Lienz setzt seit 2012 ausschließlich auf nachhaltige Produktion und fühlt sich der Region eng verbunden. Der Fokus auf Nachhaltigkeit wurde aber auch zum Schlüssel zum Erfolg.



Stefan Ortner, Geschäftsführer GreenPrint Osttirol

Foto: Martin Luggner

Als Stefan Ortner im Jahr 2000 sein Unternehmen gründete, war er 32 Jahre alt und beseelt von der Leidenschaft „Papier schmutzig zu machen“, wie er heute mit einem verschmitzten Lächeln sagt. Dass er einmal eine Druckerei gründen würde, war eigentlich nicht vorgesehen.

Druck über Umwege

Der gelernte Verkäufer arbeitete viele Jahre bei Liebherr, wollte aber immer kreativ sein. Mit dem Aufkommen des Digitaldrucks und preisgünstigeren Maschinen wagte er den Schritt in die Selbstständigkeit. 2000 startete er mit Grafik und Digitaldruck, Zuhause auf 15m² mit einer Druckmaschine und einem Computer. Zwei Mal ist er seither mit seiner Firma übersiedelt – zuerst in eine aufgelassene Tankstelle und schließlich 2019 an den heutigen Betriebsstandort in einer ehemaligen Lederfabrik, wo er seither über 1.300m² verfügt. Das Unternehmen ist rasant gewachsen, der Umsatz wächst seit vielen Jahren im zweistelligen Bereich. Stefan Ortner ist auch nicht mehr allein, insgesamt beschäftigt er vier Mitarbeiter und produziert auf zwölf Digitaldruckmaschinen in unterschiedlichen Größen.

Nachhaltiges Erfolgsrezept

Mit dem Thema Umwelt beschäftigt sich Stefan Ortner seit mehr als zehn Jahren. „Wir in Osttirol leben in einer eigenen Welt, bei uns ist 99,9% der Landschaft grün, der Rest sind Steine. Das prägt“, sagt Ortner. 2011 setzt er ein erstes nach außen sichtbares Zeichen: GreenPrint Osttirol erhält als erster Betrieb im Bezirk das österreichische, und 2015 das europäische Umweltzeichen. Seit 2018 ist GreenPrint Osttirol CSR-zertifiziert und trägt das CSR-Gütesiegel für Druckereien. Zudem ist die Druckerei

ein Gemeinwohlökonomie-Betrieb. Das bedeutet, dass der belastende CO₂-Fußabdruck so klein wie möglich gehalten wird. „Dass wir auf Nachhaltigkeit gesetzt haben, war für uns auch betriebswirtschaftlich ein Erfolg, weil es uns weggeführt hat von der reinen preislichen Vergleichbarkeit“, betont Ortner. Stattdessen setzt die Druckerei heute auf Beratung und bietet seit 2016 auch Werbetechnik auf Materialien wie Holz, Glas und Stein. „Wir fertigen sehr viele Unikate, machen viele außergewöhnliche

Lesen Sie weiter auf Seite 10



GreenPrint Osttirol

Foto: Martin Luggner



GreenPrint Osttirol

Foto: Martin Lugger

Projekte, bei denen unsere Kreativität gefragt ist“, berichtet Ortner.

Die Welt bunter machen

Nicht nur ökologische Nachhaltigkeit ist Ortner wichtig, sondern auch soziales Engagement. So stellt er der

Handelsakademie Linz seinen Betrieb als Lehrwerkstatt zur Verfügung und unterstützt regionale Vereine. Außerdem fördert er Menschen mit Behinderungen. Seit 2008 zählt eine Mitarbeiterin mit einer körperlichen Behinderung zum Team. Zwei Mal wurde er bereits mit dem Tiroler Inklusionspreis „Wir sind inklusiv“

ausgezeichnet. Dabei war das Handicap seiner Mitarbeiterin für Stefan Ortner kein großes Thema bei der Anstellung: „Wir sind zusammen aufgewachsen, und dann sollte sie auf einmal ein Mensch zweiter Klasse sein? Das habe ich nicht eingesehen.“ Heute möchte er dieser Stigmatisierung bewusst entgegenwirken. „Wir haben gezeigt, dass es auch in kleinen Betrieben möglich ist, dass Menschen mit Behinderungen einen wichtigen Beitrag leisten“, betont Ortner. Sein nächstes Ziel ist ein Blindenarbeitsplatz. Das sei für beide Seiten – Arbeitnehmer und Betrieb – eine Win-win-Situation, findet der engagierte Druckerei-Chef. Es gebe die gesetzliche Verpflichtung zu barrierefreien PDFs. Wer könnte dies besser prüfen, als ein Mensch, für den Barrierefreiheit essenziell ist?

GUTENBERG-WERBERING – VOM ARBEITERVEREIN ZUM MEDIENHAUS

Der Grundstein für die Druckerei Gutenberg-Werbering wird vom Verein Arbeiterheim gelegt, der 1910 das Haus Spittelwiese 5 in Linz erwirbt. Heute ist die Druckerei ein Gesamtmedienunternehmen, das schon dank seiner Geschichte der Nachhaltigkeit verpflichtet ist.



Markus Birnkas-Frick, Geschäftsführer Gutenberg-Werbering

Foto: Christian Huber

Visionen über den eigenen Tellerrand waren schon immer Teil der Unternehmensphilosophie. Produzierte das Druckunternehmen in den Anfangsjahren bis 1984 noch die Tageszeitung Tagblatt, so setzte es bald verstärkt auf Außenwerbung. 1970 gründete die Druckerei das Plakatierunternehmen Werbering GmbH, das sich bald zu einer wirtschaftlichen Stütze entwickelte und 1988 zur

Gutenberg-Werbering GmbH fusioniert wurde. Dabei bietet Gutenberg-Werbering nicht nur Print-Plakate an, sondern hat auch in Oberösterreich das Netz an Rolling Boards und digitalen Citylights aufgebaut. „Wir decken fast das gesamte Spektrum von Werbung ab, von Mailings bis Außenwerbung und sind sogar an einem Radiosender in Oberösterreich beteiligt“, berichtet Geschäftsführer Markus

Birnkas-Frick. Dadurch könne man den Kunden Gesamtpakete im Werbebereich anbieten und Cross-Selling betreiben. Die historische Verbindung zur Arbeiterschaft hat das Unternehmen nie vergessen.

Sozial und umweltfreundlich

„Bei uns wurde soziale Verantwortung immer schon großgeschrieben. Mittlerweile sind aber alle drei Säulen

der Nachhaltigkeit – soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung – gleich groß“, betont Birnkas-Frick. Tatsächlich hatten die Beschäftigten bereits in den Zwischenkriegsjahren für damalige Verhältnisse unübliche Vergünstigungen wie vierzehn Tage Urlaub und einen Acht-Stunden-Tag. Heute sind es vor allem Maßnahmen wie Kostenübernahme von Grippeimpfungen, Zuschüsse bei Zahnersatz und Sehhilfen, ein wöchentlicher Obstkorb, angepasster Gehörschutz oder Gleitzeitvereinbarungen, die Gutenberg-Werbering seinen Mitarbeitern bietet. Seit mehr als dreißig Jahren beschäftigt sich die Druckerei zudem mit dem Thema Umweltschutz. Nach und nach wurde die gesamte Wertschöpfungskette umgestellt, von der umweltfreundlichen Entsorgung aller Abfallprodukte über die Wärmerückgewinnung bis hin zur klimaneutralen Druckproduktion und einer CO₂-Reduktion von durchschnittlich 1.000 Tonnen pro Jahr.

Reduzieren spart

„Wir haben sehr viel in Energieeffizienz investiert. Das ist nicht nur umweltfreundlicher, sondern bringt langfristig auch eine effektive Kosteneinsparung“, betont Birnkas-Frick. So brachte der Umstieg auf LED-Leuchten eine Reduktion des Stromverbrauchs um 43 %, der Einbau eines High Pressure Kit halbierte den Wasserverbrauch auf 7 Liter pro Druckplatte, und das Abfallpapier konnte um 2,5 % reduziert werden. Außerdem



Foto: Gutenberg-Werbering

setzt die Druckerei, wo möglich, auf regionale Lieferanten. „Vor ein paar Jahren stand etwa im Raum, ob wir unsere Druckplatten bei einem

Druckprodukte an und erwarb in den Folgejahren alle relevanten Gütezeichen, vom Österreichischen Umweltzeichen über FSC- und

Kunden sei es wichtig, wie produziert wird und wo die Rohstoffe herkommen“, betont Birnkas-Frick. So stieg der Umsatzanteil der zertifizierten, nachhaltigen Produkte von 13 % im Jahr 2010 auf mittlerweile 31 % im Jahr 2019. Der Anteil von Recyclingpapier stieg sogar von 25 % im Jahr 2015 auf 40 % im Jahr 2018. Rund 95 % des gesamten eingekauften Papiers sind mittlerweile zertifiziert und stammen garantiert aus nachhaltiger Waldwirtschaft.

» Wir haben sehr viel in Energieeffizienz investiert. Das ist nicht nur umweltfreundlicher, sondern bringt langfristig auch eine effektive Kosteneinsparung «

Markus Birnkas-Frick, Geschäftsführer Gutenberg-Werbering

chinesischen Hersteller bestellen sollen. Wir haben uns aber bewusst dagegen und für einen Hersteller aus Holland entschieden. Weil das besser zu uns passt“, so Birnkas-Frick. Klimaschutz muss für ihn immer auch transparent und nachvollziehbar sein, etwa durch Zertifizierungen: „Wir sind stolz darauf, dass wir ein faires Preis-Leistungsverhältnis mit ökologisch produzierten Produkten bieten, wir sind hier Bestbieter.“

Zertifizierte Nachhaltigkeit

2009 bot Gutenberg als erste oberösterreichische Akzidenzdruckerei „klimaneutrale“

PEFC-Zertifizierung bis zum Europäischen Umweltzeichen sowie 2018 das CSR-Gütesiegel für Druckereien. „Immer mehr



Greenbrand-Auszeichnung

Foto: Gutenberg-Werbering

KURZARBEIT WO MÖGLICH, ABER ALTERNATIVE VEREINBARUNGEN, WENN SINNVOLL

Die COVID-19-Pandemie und ihre Auswirkungen treffen Unternehmen auf verschiedenste Art und Weise und in unterschiedlichem Ausmaß. Die Produktion ist etwa nicht mehr möglich, die Arbeitnehmer können nicht mehr beschäftigt werden. Was kann getan werden?

Kurzarbeit ist derzeit für viele Unternehmen ein attraktives Modell, die jeweiligen wirtschaftlichen Herausforderungen zu meistern und die Arbeitnehmer im Unternehmen zu halten. Aber nicht immer ist die Vereinbarung von Kurzarbeit möglich oder ratsam. Aber auch außerhalb der Kurzarbeit stehen den Unternehmen noch alternative Möglichkeiten zur Krisenbewältigung zur Verfügung.

Ist der Betrieb nur teilweise beeinträchtigt, könnte es sinnvoll sein, die vom Gesetzgeber vorübergehend geschaffene Möglichkeit zu nutzen, einseitig den Verbrauch von Urlaub und Zeitguthaben anzuordnen. Mehr als acht Wochen (Urlaub und Zeitausgleich zusammen) müssen Arbeitnehmer allerdings nicht verbrauchen. Auch Urlaubsansprüche aus dem laufenden Urlaubsjahr sind nur im Ausmaß von zwei Wochen zu konsumieren, bestimmte Zeitguthaben sind überhaupt vom Verbrauch ausgenommen.

Dieser angeordnete Urlaubverbrauch ist aber nur möglich, wenn den Arbeitgeber auch eine Entgeltfortzahlungspflicht trifft. Eine solche

besteht derzeit auch dann, wenn die Arbeitsleistung aufgrund „behördlicher Maßnahmen auf Grundlage des COVID-19-Maßnahmensetzes, die zum Verbot oder zu Einschränkungen des Betretens von Betrieben führen“ nicht erbracht werden kann. Ist zumindest vorübergehend die Aufrechterhaltung der Arbeitsplätze betriebswirtschaftlich nicht möglich, besteht nach wie vor die Möglichkeit, die Arbeitsverhältnisse zu kündigen oder einvernehmliche Auflösungen zu vereinbaren – jeweils mit oder ohne Wiedereinstellungszusage.

Folgen einer Wiedereinstellungszusage

Eine Wiedereinstellungszusage führt zu einer Option des Arbeitnehmers zur Begründung eines neuen Arbeitsverhältnisses (grundsätzlich) zu den vorherigen Bedingungen nach Ablauf einer zumindest bestimmten Zeit.

Eine Bindung des Arbeitnehmers tritt durch eine bloß einseitige Wiedereinstellungszusage nicht ein. Jedoch gilt bei Nichteinhalten der Wiedereinstellungszusage durch den Arbeitgeber das durch

das ausgeübte Optionsrecht wiederbegründete Arbeitsverhältnis durch den Arbeitgeber als mit sofortiger Wirkung aufgelöst und es entsteht ein Anspruch auf Kündigungsschädigung. Diese Regelungen rund um die Auflösung von Arbeitsverhältnissen sind weitgehend unverändert geblieben. Allerdings besteht derzeit auch während der Kündigungsfrist teilweise die Möglichkeit, einseitig den Urlaubsverbrauch bzw. den Verbrauch von Zeitguthaben anzuordnen.

Achtung vor rechtsunwirksamen Kündigungen

Zu beachten ist auch, dass das Frühwarnsystem unverändert geblieben ist. So ist z. B. bereits bei einer Kündigung von fünf oder mehr Arbeitnehmern in Betrieben ab 20 Arbeitnehmern das AMS zu verständigen und bis zum Ausspruch im Regelfall eine 30-tägige Wartefrist einzuhalten. Diese könnte vom AMS verkürzt werden, was aber nur in begründeten Einzelfällen möglich sein wird.

Frage nach der Unmöglichkeit der Leistungserbringung

Wesentlich ist, welche Partei das Risiko für die Unmöglichkeit der Leistung nach Vertragsabschluss zu tragen hat, wenn nicht vertraglich Vorsorge getroffen wurde. Ist die Unmöglichkeit – gegenseitlich bedingt



Christoph Wolf

Foto: Michael Sazel

durch Auftreten der COVID-19-Pandemie – zwischen Vertragsabschluss und Erfüllung eingetreten, liegt eine „nachträgliche Unmöglichkeit“ vor und es kommt zur Auflösung des betreffenden Vertrages.

Zur Person

Christoph Wolf zählt zu den führenden Arbeitsrechtsexperten Österreichs. Er ist Partner bei CMS und Honorarprofessor an der Universität Wien. Nicht zuletzt in der derzeitigen Corona-Krise stellt er sein Wissen zum aktuellen Arbeitsrechtspaket oder zu viel diskutierten Themen wie Arbeitszeit und Telearbeit auch online auf cms.law zur Verfügung.

» Die Gestaltung von Rechtsbeziehungen und deren Veränderung bedarf jetzt mehr Sorgfalt denn je.«

Christoph Wolf

VERBAND DRUCK & MEDIENTECHNIK: EINSATZ FÜR KLIMASCHUTZ SICHTBAR MACHEN

„Tu Gutes und rede darüber“ – dieses Sprichwort ist gerade beim Thema Nachhaltigkeit essenziell. Zertifizierungen sind dabei ein wichtiger Faktor in der Kommunikation. Denn sie machen das Umwelt-Engagement transparent und nachvollziehbar für Kunden und Lieferanten. Der Verband Druck & Medientechnik bietet hier unterschiedliche Pakete, die den zertifizierten Druckereien und grafischen Betrieben einen Wettbewerbsvorteil verschaffen können.



Klimaschutzprojekt: Solarenergie in Namibia

Foto: ClimatePartner

Kunden brauchen transparente Standards. Denn wie sollen sie wissen, ob eine Druckerei auch tatsächlich regional produziert oder klimaneutral druckt. Anerkannte Gütesiegel und Branchenzertifikate machen die Leistungen und Anstrengungen der Unternehmen auf einen Blick sichtbar. Der Verband Druck & Medientechnik bietet neben dem bereits bewährten CSR-Gütesiegel seit kurzem das Herkunftsgütesiegel „Printed in Austria“ und in Kooperation mit ClimatePartner einen CO₂-Ausgleich für klimaneutrales Drucken.

Neu: Klimaneutrales Drucken

Drucken ohne die Produktion von CO₂ wird es nie geben, schließlich erzeugt alles, was Menschen tun, CO₂ – selbst Atmen. Die Frage ist jedoch, wieviel CO₂ wird tatsächlich erzeugt. Schlüssel für klimaneutrales Drucken ist daher ein branchenspezifischer CO₂-Rechner. Dieser kann in jede gängige Kalkulations-Software bei Druckereien und grafischen Betrieben integriert werden und berechnet für den

jeweiligen Druckauftrag und für jedes Druckprodukt die CO₂-Emission. Dazu analysiert der Rechner den betrieblichen Ressourcen- und Energieeinsatz – von der Serverleistung in der Druckvorstufe über den Energieverbrauch der Druckmaschine bis hin zum Versand. Die Kompensation der CO₂-Emission erfolgt durch die Investition in Klimaschutzprojekte, die CO₂ verringern. Die Kunden können sich das Umweltprojekt dabei selbst aussuchen. Neben Projekten, die von österreichischen Organisationen durchgeführt werden, gibt es auch eine Reihe von Projekten von international agierenden Unternehmen, die ebenfalls eine hohe Projektqualität aufweisen (WWF Gold Standard).

Neu: Klimaneutrale Unternehmen

Nicht nur die Druckprodukte selbst, auch das ganze Unternehmen kann klimaneutral werden. Der Vorteil für die Zertifizierten: Sie sparen sich die Einzelzertifizierung von Produkten, stattdessen machen sie einmal einen klimatischen „Kassasturz“.

Regional drucken: „Printed in Austria“

Ein wichtiges Element, um CO₂ zu verringern, ist auch Regionalität. Wer Druckprodukte quer durch Europa karrt, hinterlässt einen deutlich größeren CO₂-Fußabdruck als ein Unternehmen, das in Österreich oder sogar in der Region produzieren lässt. Mit „Printed in Austria“ zeigen Druckereien, dass das Produkt 100 % in Österreich gedruckt wurde. Bereits 44 Unternehmen weisen das Herkunftslabel auf ihren Produkten aus, und es werden jeden Monat mehr.

Gütesiegel für die gesamte Branche

Der Verband Druck & Medientechnik möchte den Klimaschutz in der gesamten Druck- & Medienbranche vorantreiben, daher stehen sie auch allen grafischen Betrieben offen. Mitglieder des Verbands profitieren und erhalten eine Ermäßigung.

So funktioniert's

Ansprechpartner für alle Zertifizierungen des Verband Druck & Medientechnik ist der zertifizierte Prüfer Christian Handler. Er berät die Unternehmen und nimmt die Zertifizierungen vor.



ÖSTERREICHISCHES
CSR-GÜTESIEGEL
FÜR DRUCKEREIEN



KLIMASCHUTZALLIANZ FÜR DIE DRUCK- & MEDIENBRANCHE

„Die Kooperation des Verband Druck & Medientechnik und ClimatePartner soll das Thema klimaneutral drucken noch besser bei Druckereien und deren Kunden positionieren,“ so Gerald Watzal und Moritz Lehmkuhl zum Start der Klimapartnerschaft. Gerald Watzal, Präsident des Verband Druck & Medientechnik, und Moritz Lehmkuhl, Geschäftsführer von ClimatePartner, im Gespräch über Klimaschutz, Greenwashing und echte Visionen.



Gerald Watzal, Präsident Verband Druck & Medientechnik

Foto: Offset 5020



Moritz Lehmkuhl, Geschäftsführer ClimatePartner

Foto: ClimatePartner

Herr Watzal, wie klimaneutral ist die Druckbranche schon?

Watzal: Die Druck- & Medienbranche hat schon sehr früh erkannt, dass Umweltschutz wichtig ist und hat in den letzten zwanzig Jahren hier massive Anstrengungen unternommen. Da ist der Schritt zum Klimaschutz nur ein ganz kleiner, aber sehr wichtiger. Dennoch gibt es hier noch einen Aufholbedarf.

Und was kann ClimatePartner dazu beitragen?

Watzal: Gemeinsam mit ClimatePartner bieten wir einen branchenspezifischen CO₂-Rechner an, der alle für die Druck- & Medienbranche wichtigen Parameter prüft. Das beginnt beim Papier über die verwendeten Farben und Lacke, die Produktion an sich und die anschließende Auslieferung. Wir freuen uns hier sehr über die Kooperation mit ClimatePartner.

Lehmkuhl: Wir bringen einerseits die IT-Lösung und das Know-how aus mittlerweile mehr als 2.000 Kunden ein, um den Ist-Stand der CO₂-Emissionen exakt zu ermitteln und beraten bei Maßnahmen, die zu einer CO₂-Reduktion führen. Andererseits entwickeln und unterstützen wir Klimaschutzprojekte, die unsere Kunden durch ihren CO₂-Ausgleich mitfinanzieren. Damit machen wir den ökologischen Fußabdruck von Druckprodukten transparent, messbar und können diese schlussendlich klimaneutral stellen.

ClimatePartner ist seit der Gründung stetig gewachsen, 2019 mit einem Rekordwachstum. Wird Klimaschutz zunehmend wichtiger, Herr Lehmkuhl?

Lehmkuhl: Wir haben mit unserem Angebot eine Drehscheibe zwischen Unternehmen und Klimaprojekten geschaffen. Für uns ist es daher schön, dass die Relevanz von Klimaschutz zunimmt. Es gibt immer mehr Unternehmen, die nicht darauf warten möchten, was die Politik macht, sondern selbst aktiv werden.

Und was sind aus Ihrer Sicht die Vorteile der CO₂-Kompensation?

Lehmkuhl: Der CO₂-Ausgleich bietet Unternehmen eine pragmatische und bereits jetzt wirksame Methode, die von ihnen verursachten Emissionen, die nicht anderweitig vermieden oder reduziert werden können, auszugleichen.

» *Unternehmen, die klimaneutral produzieren, geht es auch wirtschaftlich besser als dem Branchenschnitt.* «

Moritz Lehmkuhl, Geschäftsführer ClimatePartner

Denn ganz ohne CO₂-Emission wird unser Leben nicht funktionieren, wir erzeugen ja bereits beim Atmen CO₂. Das gilt insbesondere für produzierende Unternehmen. Selbst wenn diese alle möglichen Maßnahmen setzen, um Treibhausgase zu reduzieren, wir werden niemals auf Null

kommen. Dies können wir nur, indem wir in Projekte investieren, die CO₂ binden. Dieser Emissionshandel läuft nach ganz strengen EU-weiten Kriterien ab und er ist der einzige Weg, dass wir langfristig unsere Klimaziele aus dem Pariser Abkommen erreichen.

Was haben Druckereien und andere Unternehmen von einer klimaneutralen Produktion?

Lehmkuhl: Wir geben den Druckereien ein Werkzeug in die Hand, mit dem sie ihren Einsatz für Klimaschutz als Verkaufsargument nützen können. Was wir allerdings nicht sind, ist ein grünes Mascherl. Wenn Sie sagen, ich male mich nur grün an, dann funktioniert es nicht.

Es braucht schon eine ehrliche Auseinandersetzung und den Willen, hier etwas zu verändern. Natürlich müssen Unternehmen einen wirtschaftlichen Mehrwert in ihrem Engagement erkennen

können. Und aus unserer Erfahrung können wir sagen, dass dies tatsächlich der Fall ist. Unternehmen, die klimaneutral produzieren, geht es auch wirtschaftlich besser als dem Branchenschnitt.

Watzal: Uns als Verband Druck & Medientechnik ist



Klimaschutzprojekt: Saubere Kochöfen in Peru

Foto: Annabelle Avril

es ein Anliegen, dass wir die Druck- & Medienbranche beim Thema Klimaschutz noch stärker positionieren. Mit dem CO₂-Rechner und der CO₂-Kompensation können wir das Bewusstsein schärfen, dass Druckprodukte nachhaltig und klimafreundlich sind. Das ist umso wichtiger, als die Regierung das Bestbieterprinzip stärken möchte und hier speziell umweltfreundliche Anbieter Pluspunkte bekommen werden.

In welche Klimaschutzprojekte können die Unternehmen investieren?

Lehmkuhl: Wir haben aktuell 85 Klimaprojekte in unserem eigenen Portfolio und können zusätzlich in Zusammenarbeit mit unseren Partnern weltweit mehr als 100 Projekte kurzfristig bereitstellen. Gemeinsam ist allen Projekten, dass sie den Menschen vor Ort zu einem würdigeren Leben verhelfen und nachweislich Treibhausgase einsparen. Wichtig ist uns, dass die Projekte zertifiziert sind. Wir arbeiten dabei mit externen Prüfstellen wie PWC oder TÜV zusammen.

Können Sie ein konkretes Beispiel nennen?

Lehmkuhl: Wir haben etwa vor eineinhalb Jahren im Norden von Namibia einen Solarpark gebaut, der rund 9.000 MWh Strom pro Jahr

» Unser Ziel ist, dass die Druck- & Medienbranche einen möglichst kleinen CO₂-Fußabdruck hat bzw. klimaneutral wird. «

Gerald Watzal, Präsident Verband Druck & Medientechnik

erzeugt. Das Projekt trägt dazu bei, den Anteil erneuerbarer Energien in Namibia zu erhöhen und verbessert die Energieversorgung. Zudem fließen 10% der Einnahmen in einen lokalen Trust, mit dem gemeinnützige Projekte realisiert werden, etwa dem Aufbau einer Volksschule. Aber wir bauen auch Wasserkraft- und Biomassekraftwerke, fördern den Kohleausstieg, entwickeln Projekte für sauberes Trinkwasser oder fördern den Umstieg auf saubere Kochöfen.

Und wie kommt der Klimarechner bei den Druckereien an?

Watzal: Wir haben bisher sehr positive Rückmeldungen

erhalten und schon einige Druckereien für den Klimarechner gewinnen können. Manche arbeiten ja bereits mit einem Klimarechner und steigen jetzt um, weil dieser eben branchenspezifischer ist.

Druckereien können jetzt nicht nur einzelne Produkte klimaneutralisieren, sondern ihr gesamtes Unternehmen. Was ist da der Unterschied?

Watzal: Unternehmen können einzelne Produkte in ihrer gesamten Wertschöpfungskette vom Material bis zur Auslieferung klimaneutral stellen oder sich mit ihrem gesamten Unternehmen beschäftigen. Bei der Gesamtsicht geht es um alle Prozesse im Unternehmen, von der Auswahl des Energieversorgers bis zum Abfallmanagement.

Welche Ziele haben Sie für Ihre Klimaschutz-Allianz?

Watzal: Unser Ziel ist, dass die Druck- & Medienbranche einen möglichst kleinen CO₂-Fußabdruck hat bzw. klimaneutral wird.

Lehmkuhl: Wir möchten einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Schauen Sie sich den vergangenen Winter an, der Klimawandel ist schon spürbar. Es liegt an uns, ob wir aufwachen.

Vielen Dank für das Gespräch!

Kurzportrait ClimatePartner

ClimatePartner entwickelt Lösungen zur Bilanzierung und zum Ausgleich von CO₂-Emissionen, um Produkte und Dienstleistungen klimaneutral zu stellen. Das Unternehmen wurde 2006 von Moritz Lehmkuhl gegründet, mit dem Ziel, Klimaschutzprojekte zu entwickeln und zu fördern. Der Pionier und Innovationsführer im Klimaschutz für Unternehmen bietet heute ein breites Portfolio anerkannter Klimaschutzprojekte in Zusammenarbeit mit einem weltweiten Partnernetzwerk. Das Unternehmen wurde 2006 in München gegründet und hat heute knapp 70 Mitarbeiter und mehr als 2.000 Kunden.



Bau einer Solaranlage in Namibia

Foto: ClimatePartner

NACHHALTIGER PAPIERHUNGER?

218 Kilogramm Papier, Karton und Pappe verbrauchen Herr und Frau Österreicher pro Jahr, vom WC-Papier bis zum Verpackungskarton. Der Papierbedarf stieg in den letzten Jahren weltweit auf heute mehr als 420 Mio. Tonnen. Wie nachhaltig ist Papier?



Foto: Thomas Leitner



Gabriele Herzog, Geschäftsführerin des Branchenverband Austropapier

Foto: AuPa Karl Schiffli

» *Tatsächlich ist Papier ein sehr nachhaltiges Material. Wichtigstes Argument dabei ist: Der Rohstoff Holz wächst nach.* «

Gabriele Herzog, Geschäftsführerin Austropapier

Viele Menschen haben – wenn sie an Papier denken – die Bilder von sterbenden Regenwäldern vor Augen. Dieses Bild entspricht aber nicht der Realität. Papier aus Europa wird nicht aus illegal gerodeten Tropenhölzern gemacht, sondern zu einem Großteil aus heimischen oder zumindest europäischen Hölzern. Gabriele Herzog, Geschäftsführerin vom Branchenverband Austropapier, betont: „Tatsächlich

ist Papier ein sehr nachhaltiges Material. Wichtigstes Argument dabei ist: Der Rohstoff Holz wächst nach.“ Gerade Europa hat hier frühzeitig reagiert – mit einem erfreulichen Ergebnis für das Klima. Der Waldbestand wächst in Europa wieder, langsam

aber stetig, in den letzten 25 Jahren um 18 Mio. Festmeter, wie eine aktuelle Studie von Umweltwissenschaftlern der ETH Zürich zeigt. Pro Jahr kommt eine Fläche von etwa 1.500 Fußballfeldern dazu. Nur

ein kleiner Teil steht tatsächlich für die industrielle Nutzung zur Verfügung. In Österreichs Wäldern stehen etwa 1,2 Milliarden Festmeter Holz, die Abholzungsrate ist streng geregelt und liegt bei 1,7 Mio. Festmeter pro Jahr. Damit soll eine nachhaltige Forstwirtschaft garantiert werden. Auch die Papierindustrie setzt auf Nachhaltigkeit. Europaweit haben sich die Hersteller zur Verwendung von Holz aus legalem Abbau verpflichtet und garantieren durch Zertifizierungen wie PEFC und FSC eine Herkunft aus nachhaltiger Forstwirtschaft. Diese Gütesiegel sind mittlerweile in Europa zum Standard geworden, in Österreichs Papierfabriken ist fast ausschließlich zertifiziertes Holz (99 %) im Einsatz.

Abfallprodukt Papier

Österreichs Papierindustrie produziert rund 5 Milliarden Tonnen Papier pro Jahr. Dafür werden rund 8,7 Mio. Festmeter

Holz benötigt. Wobei Holz eigentlich eine Übertreibung ist. Denn für die Papierherstellung werden Abfallprodukte verwendet, und zwar jeweils zur Hälfte Rundhölzer, die bei der Waldpflege anfallen, sowie Hackschnitzel, die als Sägebenebenprodukte bei der Verarbeitung von Stämmen zu Schnittholz entstehen. Ein Großteil der benötigten Hölzer stammen aus heimischen Wäldern, nur rund 32 % müssen importiert werden. Das Holz wird zerkleinert und zu Zellstoff und in weiterer Folge zu Papier verarbeitet.

Aber nicht nur Holz kommt bei der Papierherstellung zum Einsatz, sondern zunehmend Altpapier recycelt, das mit einem Einsatz von 2,5 Mio. Tonnen etwa ein Drittel der Rohstoffmenge ausmacht. In Österreich werden 78 % der verbrauchten Papiere gesammelt und wiederverwertet, damit liegen Frau und Herr Österreicher etwas über dem EU-Durchschnitt. Für die Wiederverwertung des Altpapiers muss dieses aufgelöst werden, um Störstoffe und Faserbruch für die Verbrennung ausscheiden zu können. Aus 100 kg Altpapier werden so 80 kg neues Papier. Und: Jede Papierfaser wird mehrmals wiederverwertet – in Europa 3,4 Mal, weltweit sind es immerhin 2,4 Mal. Im Sinne einer Kreislaufwirtschaft ist Altpapier damit eine wichtige Rohstoffquelle.

Weniger erfreulich: Obwohl Österreich beim Recycling im EU-Vergleich vorbildlich ist, muss dennoch etwa die Hälfte des Altpapiers importiert werden. Herzog betont: „Weil wir ein starkes Papierland sind, ist der Bedarf hoch und die Fabriken kaufen große Mengen aus benachbarten Regionen, besonders aus Deutschland, Tschechien und Italien. Andererseits haben wir eine Papier-Exportquote von fast 90%. Das Papier fürs Recyclen kommt also wieder zurück.“



Papiermaschine im Betrieb

Foto: Sappi – Oberländer



Hackschnitzelanlage

Foto: AuPa

Papier ist nicht Papier

Rund 43 % aller hergestellten Papiere werden beschrieben oder bedruckt. Damit dies möglich ist, müssen diese sogenannten grafischen Papiere bedruckbar und reißfest sein und die Farbe gut wiedergeben. Entscheidend ist dabei sowohl die Qualität der Fasern, als auch der Zusammensetzung. Ob gestrichen, also satiniert mit einer sogenannten Strichfarbe, oder ungestrichen, hängt von der jeweiligen Verwendung ab. Ein gestrichenes Papier

hat etwa eine deutlich gleichmäßigere Oberfläche und eine bessere Bildqualität. Während der Anteil der grafischen Papiere in den letzten Jahren gesunken ist, steigt jener der Verpackungspapiere kontinuierlich an. Gerade der Online-Versandhandel hat hier zu massiven Steigerungsraten geführt. Auch Spezialpapiere werden immer stärker nachgefragt.

Lesen Sie weiter auf Seite 18





10 Fakten zum Papier

1. Papier basiert auf Holz, einer erneuerbaren und nachhaltigen Quelle.
2. Die Waldzertifizierung garantiert, dass das verwendete Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammt.
3. Der europäische Waldbestand wächst, pro Jahr um eine Fläche von ca. 1.500 Fußballfeldern.
4. 2010 wurden ca. 62% der frischen Holzfasern für die europäische Papierindustrie zertifiziert, rund 5% mehr als im Jahr 2008.
5. 83% aller Zellstoffe, die die europäische Papierindustrie verwendet, stammt aus Europa.
6. Nur 11% des weltweiten Holzeinschlags entfällt auf die Papierindustrie, die zudem 7% Holzabfälle aus Sägewerken wiederverwertet. Die EU-Holzhandelsverordnung regelt den Import von Holz und Zellstoff nach Europa.
7. Die europäische Recyclingquote liegt bei 72%, im Schnitt wird eine Papierfaser in Europa 3,4 Mal wiederverwertet.
8. In Österreich werden jährlich 1,4 Mio. Tonnen Altpapier gesammelt. Trotzdem muss Altpapier noch importiert werden, um den Inlandsbedarf zu decken.
9. Elektro- und Elektronikschrott ist inzwischen der am schnellsten wachsende Bestandteil des kommunalen Abfallaufkommens, in Europa steigt die Menge an elektronischem Abfall um 3 bis 5% pro Jahr an – fast dreimal so schnell wie das gesamte Abfallaufkommen. Wegen des Gehalts an giftigen Inhaltsstoffen ist dieser oft Sondermüll.
10. Liest man 30 Minuten pro Tag eine Online-Zeitung, hat dies die gleichen Auswirkungen auf die Umwelt wie eine gedruckte Zeitung.

Quelle: Twosides

Energiezeuger Papierhersteller

Für die rund 5 Milliarden Tonnen Papier braucht die österreichische Papierindustrie 4.535 GWh Strom. Aber: Die Papierhersteller erzeugen mittlerweile rund zwei Drittel ihrer benötigten Energie selbst. 3.026 GWh Strom stellten die Papieranlagen in Österreich 2018 her, nur 1.805 GWh Strom musste zusätzlich eingespeist werden. Ein Großteil der Energie wird aus Abfallprodukten gewonnen, die bei der Papierherstellung anfallen wie Biolaage, Schlamm oder auch feste Biomasse wie Rinde. Dadurch sinkt der Anteil der fossilen Brennstoffe am Energieaufwand kontinuierlich und liegt derzeit bei rund 40%. „Durch die thermische Nutzung von Zellstofflauge und anderen Bio-Schlämmen erzeugen wir allein schon 10% der gesamten nationalen Bio-Energie“, verweist Herzog auf den positiven Beitrag der Papierindustrie.

CO₂-Bilanz von Papier

Insgesamt ist die CO₂-Bilanz von Papier positiver zu bewerten, als oft propagiert

wird. Laut dem Bericht des World Resources Institutes trägt die Zellstoff-, Papier- und Print-Wertschöpfungskette mit rund 1% der weltweiten Treibhausgasemissionen nur wenig zum weltweiten CO₂-Ausstoß bei. Die Austropapier betont zudem, dass die österreichische Papierindustrie den Ausstoß von fossilem CO₂ seit dem Jahr 2000 um fast 20% gesenkt hat, obwohl im gleichen Zeitraum die Papierproduktion um 10% gestiegen ist.

Überschätzte Alternativen?

Papierlose Büros, digitale Rechnungen sowie die Diskussion um ausgedruckte Kassenbons bei Kleinrechnungen zeigen deutlich das Bemühen, Papier einzusparen. Andererseits erzeugen auch digitale Medien einen ökologischen Fußabdruck. Sie verbrauchen Energie, tragen zur CO₂-Belastung bei und produzieren durch ihre kurze Lebensdauer Elektroschrott, der auf Grund seiner Bestandteile zu einem Großteil Sondermüll ist. Die weltweite Initiative „Two Sides“ hat Fakten zur gesamten Wertschöpfungskette Papier zusammengetragen

NEUIGKEITEN AUS DER BRANCHE

RE-ZERTIFIZIERUNG NACH PSO FÜR ESTERMANN UND HUTTER DRUCK



Hutter Druck freut sich mit Zertifizierer Dirk Müller (links) über die erfolgreiche PSO Zertifizierung.

Foto: Hutter Druck

Die Druckereien Estermann und Hutter Druck freuen sich über ihre Re-Zertifizierungen nach dem Prozessstandard Offsetdruck (PSO). Damit stellen sie erneut unter Beweis, dass sie den Ansprüchen der PSO-Handlungsanleitung entsprechen. Diese definiert den Standard, wie alle Bereiche im Offsetdruck zusammenarbeiten. Damit ermöglicht sie eine zuverlässige und wirtschaftliche Produktion mit vorhersehbarer Farbqualität nach der ISO-Norm ISO 12647-2.

Die Estermann GmbH aus Oberösterreich ist familiengeführt in Auroldmünster bei Ried im Innkreis. Mit ihrem innovativen Maschinenpark bietet sie eine außerordentliche Fertigungstiefe aus einer Hand. So haben sich seit 1985 vertrauensvolle Partnerschaften mit mittelständischen Unternehmen und internationalen Großkunden entwickelt.

Hutter Druck aus St. Johann in Tirol ist als Unternehmen mit modernster Technik, umfassendem Know-how und hohem Qualitätsanspruch weit über die Grenzen Westösterreichs bekannt. Dafür sprechen auch 50 Jahre Praxis und die Kundenbegleitung vom Anfang der Projektplanung bis hin zum Versand.



Albatros Media

Erzeugen Sie Emotionen. Dann ergibt sich der Rest fast von allein.
Weil Bewegtbild bewegt.
Videoproduktion zu fast jedem Preis.

www.albatros-media.at

SCHARMER FEIERT „KOMPETENZ-ZENTRUM FÜR DIGITALDRUCK“



Feierliche Eröffnung des neuen Digitaldruckstandorts des druckhaus scharmer.

Foto: Jean Van Luelik

Nach einer Bauzeit von nur sieben Monaten und umfangreichen Investitionen in neue Druckmaschinen war es endlich soweit: Das druckhaus scharmer feierte die Eröffnung seines neuen Digitaldruckstandorts in Fürstenfeld. Das neue Kompetenzzentrum für Digitaldruck ergänzt das Offset-Kompetenzzentrum in Feldbach. Es erhielt vom Bürgermeister Franz Jost sogar eine nagelneue Hausnummer: Flurstraße 67.

Die Geschäftsführer Gerhard Scharmer-Rungaldier und Peter Scharmer sowie Prokuristin Rosemarie Scharmer-Rungaldier begrüßten außerdem die Vizepräsidenten des Verband Druck & Medientechnik Ingeborg Dockner und Kurt Kribitz als Ehrengäste. Über 200 weitere Gäste durften sich beim Eröffnungsfest bei einer Live-Produktion von den Produkten des Unternehmens Scharmer überzeugen und an einer alten Buchdruckpresse selbst Hand anlegen. Im Anschluss an die offiziellen Feierlichkeiten gab es eine Party mit reichhaltiger Kulinarik und guter Stimmung mit dem Streetview Dixieclub.

IMPRESSUM

druck & medien Magazin – Zeitschrift des Verband Druck & Medientechnik

Medieninhaber (Verleger),

Herausgeber und Anzeigenannahme

Verband Druck & Medientechnik
Österreich
1010 Wien, Grünangergasse 4
01 / 512 66 09
verband@druckmedien.at
www.druckmedien.at

Namen der vertretungsbefugten Organe des Medieninhabers

Gerald Watzal, Präsident
Verband Druck & Medientechnik
Mag. Peter Sodoma, Geschäftsführer
Verband Druck & Medientechnik

Papier

Lenzing Impact Recycling,
120 g/m² & 190 g/m²

Chefredaktion

Mag. Katharina Scheyerer-Janda,
office@meinungsbild.at

Unter dem Namen des Verfassers veröffentlichte Artikel geben den Standpunkt des Autors wieder. Ausschließlich zum Zweck einer besseren Lesbarkeit wird auf die geschlechtsspezifische Schreibweise verzichtet. Alle personenbezogenen Bezeichnungen sind somit geschlechtsneutral zu verstehen.

Editorial Design & Grafik

meierc grafik|design, Christoph Meier,
Rosengasse 12, 2120 Obersdorf,
www.meierc.at

Lektorat

Mag. Christine Berzsenyi

Druck

Samson Druck GmbH
5581 St. Margarethen 171
www.samsondruck.at

Fotos

siehe Fotocredits

Verlags- und Erscheinungsort

Wien

Blattlinie

Wir verknüpfen Branchen der gesamten Wertschöpfungskette Druck und liefern Impulse für Druckereien und Kommunikatoren.

Unternehmensgegenstand

Vertretung der Interessen des gesamten österreichischen graphischen Gewerbes gegenüber den Bundes, Landes- und Gemeindebehörden, den gesetzgebenden Körperschaften, gegenüber juristischen Personen, Wirtschaftsorganisationen und Einzelpersonen sowie überhaupt gegenüber der Öffentlichkeit.

Offenlegung

www.druckmedien.at/dmm

Datenschutz

www.druckmedien.at/datenschutz

ERSTER DAUERHAFT ANTIBAKTERIELLER LACK VON FRIEDRICH AUS LINZ



Bernd Friedrich ist stolz auf den neuen antibakteriellen Dispersionslack bei der Friedrich Druck & Medien. *Foto: Friedrich Druck & Medien*

Eine Weltneuheit bietet ab sofort die Full-Service-Druckerei Friedrich Druck & Medien GmbH: Ein antibakterieller Dispersionslack entkeimt permanent und selbständig die Oberfläche von Drucksorten. Den Wirkstoff hat eine Forschungsgruppe am Universitätsklinikum Regensburg für das grafische Gewerbe prozesssicher weiterentwickelt. Die Entkeimung geschieht durch die Freisetzung aktiven Sauerstoffs bei Raum- und Tageslicht: Vor allem bei Drucksachen in Verkehrsbetrieben und öffentlichen Einrichtungen sowie Geldscheinen oder Spielkarten verhindert der Lack die Verbreitung von Bakterien, Viren oder Pilzen. Das renommierte Fraunhofer Institut hat die Wirkung zu 99,5% bestätigt.

Die Druckerei Friedrich zählt mit rund 90 Mitarbeitern zu den größten Druckereien des Landes. Seit der Gründung 1978 sind kontinuierliche Investitionen in neueste Technologien Teil der Unternehmensstrategie und ermöglichen damit hohe Qualitätsstandards sowie Top-Produktionsbedingungen.

Gemeinsam sind wir
stark - wir sind für Sie da!

#TeamÖsterreich



ÖKI ÖKOLOGISCH
KOMPETENT
INNOVATIV

Die Premium-Kuvert-Linie
für höchste Ansprüche

Papier aus Österreich.
Hellblauer Innendruck.
Hitzebeständige Fensterfolie.
Höhere Grammaturn.
Höchste Papierweiße.
Spitze Fensterecken.

100 %
WERTSCHÄTZUNG.

**ÖKI
PRIME**

ÖSTERREICHISCHE KUVERTINDUSTRIE GMBH

+43 2687 47 551 0 | INFO@OEKI.AT



BOGENMO NTAGE. ■

Bei uns auch an Dienstagen.

Samson Druck GmbH | AT-5581 St. Margarethen 171 | Telefon +43 6476 833-0 | office@samsondruck.at | www.samsondruck.at

samson