



Umweltmanagement, die unternehmerische Herausforderung des 21. Jahrhunderts

Erwin Oberhänsli, Ingenieur HTL (esig+), Umwelt- und Qualitätsbeauftragter,
Mitglied der Geschäftsleitung und Mitinhaber der Druckerei Feldegg AG, Zollikerberg

Obwohl dieser Bericht im Jahre 1995 verfasst worden ist, sind die Erkenntnisse
und Schlüsse daraus immer noch aufschlussreich und hochaktuell.

Inhalt

Einleitung

1. Umbruch: Veränderte Umweltbedingungen für die grafische Branche
2. Vision: Das Umweltmanagement der Druckerei Feldegg
3. Mut zu Lösungen: Eine Ökobilanz als Basis für umweltgerechtes Handeln
4. Fazit: Hoffentlich macht das Beispiel der Druckerei Feldegg rasch Schule

Literaturhinweise

Einleitung

Die sich rasch ändernden Umweltbedingungen haben in der grafischen Branche in jüngster Zeit – wie Ihnen allen bekannt ist – tiefgreifende Veränderungen hervorgerufen und werden auch noch in naher Zukunft die Branche nachhaltig beeinflussen und fortlaufende Veränderungen bewirken. Mit dem heutigen Referat geht es mir darum, Ihnen aufzuzeigen, weshalb sich unser familiengeführtes Druckereiunternehmen, das mit seinen rund 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu den sogenannten KMU (Kleine und mittlere Unternehmen) zählt, für die Einführung eines Umweltmanagements entschlossen hat und welche Chancen und Risiken damit verbunden sind.

Ich gliedere mein Referat in vier Themenbereiche:

1. Umbruch: Veränderte Umweltbedingungen für die grafische Branche
2. Vision: Das Umweltmanagement der Druckerei Feldegg
3. Mut zu Lösungen: Eine Ökobilanz als Basis für umweltgerechtes Handeln
4. Fazit: Hoffentlich macht das Beispiel der Druckerei Feldegg rasch Schule

1. Umbruch: Veränderte Umweltbedingungen für die grafische Branche

Es ist eine Tatsache, dass das dynamische, sehr empfindliche Temperaturngleichgewicht der Erde immer mehr gestört ist. Vor allem die Zunahme der CO₂-Spurengase haben in diesem Jahrhundert eine durchschnittliche Temperaturerhöhung von etwa einem Grad Celsius gebracht. Der Meeresspiegel ist darum in dieser Zeit um 14 cm gestiegen. Grössere Landgebiete oder Inseln sind vom Versinken bzw. von Erosionen bedroht: die Malediven, das Ganges-Delta, Bangladesch oder Kalifornien seien hier als einige Beispiele erwähnt.

Immer wieder erleben wir Europäer «hautnah», welche «Visitenkarten» uns die Erde präsentiert: Jahrhundertregen mit gewaltigen Überschwemmungen, zum Beispiel entlang des Rheines oder die orkanartigen Winterstürme in Basel, die den bereits arg geschwächten Wäldern massiv zusetzen.

Ich bin überzeugt, dass durch solche Eindrücke und Erlebnisse, die Bedürfnisse der Konsumenten, ihre Wertvorstellungen und ihr Einkaufsverhalten sich nachhaltig verändern werden. Die Politiker werden beispielsweise zu einer Energiesteuer ja sagen müssen, weil sie durch die äusseren Umstände und die sich verändernden Umweltbedingungen dazu gezwungen werden; die Wirtschaft muss sich darauf einstellen und rechtzeitig handeln. In Zukunft werden also diejenigen Unternehmen eine höhere Marktchance erhalten, die sich in allen ihren Handlungen umweltgerechter verhalten werden.

Als Unternehmer wissen wir:

Richtig ist, aktiver Umweltschutz ist teuer – richtig ist jedoch auch, dass passiver Umweltschutz viel teurer zu stehen kommt!

Aufgrund dieser von uns Unternehmern, aber auch von vielen Anderen immer wieder verdrängten, aber auch bekannten Tatsachen und Erkenntnisse, haben wir zusammen mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern den Mut gefasst, uns folgende Fragen zu stellen und diese möglichst gut für unser Unternehmen zu beantworten:

- Wie wird in 10 Jahren visuell kommuniziert?
- Welche konventionell erstellte Drucksache hat ökonomisch und ökologisch eine Chance?
- Wie können wir neben dem Preis oder Nutzen, der Leistung und Qualität zusätzlich ökologische Kriterien anwenden und unser Handeln daran messen und verändern?
- Was können wir als verantwortungsbewusste Unternehmer, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusammen mit unseren Geschäftspartnern tun, damit die richtigen «Weichen» für unsere gemeinsame Zukunft gestellt werden?
- Oder kurz gefragt: Wie plant und praktiziert die Druckerei Feldegg ein aktives Umweltmanagement?

2. Vision: Das Umweltmanagement der Druckerei Feldegg

a) Ökobilanz als Basis für die Einführung des Umweltmanagements

Wir sind überzeugt, dass jedes Unternehmen, das ein Umweltmanagement einführen will, zuerst eine Ökobilanz erstellen muss. Erst mit einer Ökobilanz verfügt ein Unternehmen über ein aussagekräftiges Controlling-Instrument für ein praktikables Umweltmanagement, ähnlich des Finanz-Controllings. Aufgrund der Ergebnisse lassen sich interessante Erkenntnisse gewinnen, um Probleme rasch erkennen und zielgerichtet lösen zu können.

b) Unser Weg: Druckerei Feldegg 1995 – Druckerei Feldegg 2000

Unser Mehrstufenbetrieb konzentriert sich aufgrund des erstellten Stärke-/Schwächen-Profiles auf den Marktbereich **qualitätsbewusster Printprodukte im Image-, Public Relations- und Werbebereich** für Dienstleistungsunternehmen, Industriebetriebe, qualitätsbewusstes Handwerk, öffentlich-rechtliche, kulturelle und soziale Institutionen, aber auch Vereine und Verbände.

c) Unsere Vision lautet:

«Das inhabergeführte, zürcherische Familienunternehmen profiliert sich als das wegweisende, regionale grafische Zentrum für eine möglichst umweltgerechte Produktion exklusiver Drucksachen mit umfassendem Service.»

Aufgrund bereits gewonnener Erkenntnisse der Ökobilanz haben wir Ziele für unser Unternehmen formuliert, wonach wir unser derzeitiges Verhalten überdenken und ein möglichst umweltgerechtes Handeln für die Zukunft anstreben wollen. Dazu zählen zum Beispiel:

- Durch die hohe Umweltbelastung des Verkehrs (Transporte, Kurier usw.) streben wir mittelfristig kurze Verbindungen zu allen unseren Geschäftspartnern an. Das heisst konkret, dass bei einer Geschäftsbeziehung unbedingt auch die Standortfrage eine Rolle spielen muss.
- Eine **möglichst umweltgerechte Produktion** streben wir mit einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) an. Wir sind uns bewusst, dass wir auf diesem Wege weitere positive und negative Erfahrungen machen werden. Wichtig ist jedoch die Tatsache, dass wir uns konstant auf dem Weg des Verbesserungsprozesses befinden und uns so rasch wie möglich darauf fortbewegen.

Dem ruinösen Wettbewerb in einem aggressiven Markt versuchen wir zu begegnen, indem wir unseren Kunden bedürfnisgerechte Dienstleistungen anbieten (**→ Zusatznutzen**) und permanent nach **Zusatzdienstleistungen** suchen (**→ Ideenmanagement**), die unser bestehendes Serviceangebot sinnvoll ergänzen. Es versteht sich, dass durch die «ökologische Brille» betrachtet, solche Lösungen noch nicht Standard sein können und sich deshalb einem Unternehmen – wie zum Beispiel der Druckerei Feldegg – grosse Profilierungschancen bieten. Die heutige Präsentation der **1. Ökobilanz eines KMU-Betriebes der grafischen Branche** sei exemplarisch als strategische Handlungsalternative einer KMU-Druckerei erwähnt.

d) Welchen Stellenwert hat die Ökobilanz für die Druckerei Feldegg?

Für die Druckerei Feldegg stellt die Ökobilanz ein Instrument dar, den **IST-Zustand** bezüglich der Umweltverträglichkeit der eigenen Produkte und Produktionsprozesse festzustellen. Es ist jedoch zu bemerken, dass in der Bilanzierung ausschliesslich Daten aufgenommen, geordnet und aufbereitet werden. Wir erhalten damit wertvolle Informationen bezüglich sinnvoller Optimierungsmöglichkeiten und stehen am Anfang einer Entwicklung in Richtung zu einem offensiven, integrierten Umweltmanagement. Interessant werden: Perioden-, Betriebs- und Branchenvergleiche!

Wir sind uns sehr wohl bewusst, dass dieser neue Massstab vor allem wegen der heutigen Erkenntnisse der Umweltbelastungspunkte bzw. Ökofaktoren (Begriffserklärung weiter unten) ca. +/-20% genau sind! Für uns sind die **Resultate der Ökobilanz** aus drei Gründen trotzdem aussagefähig:

1. Wir rechnen im Periodenvergleich mit gleichen IST-Werten und können Mengenabweichungen interpretieren; rechnen die neuen Mengen mit neuen Soll-Werten und optimieren den Prozess dauernd.
2. Wir fordern zum Beispiel Verbände, Hersteller und Institutionen auf, sich baldmöglichst auf einen aussagefähigen Standard festzulegen.
3. Wir werden einer modernen Managementweisheit gerecht, die besagt: «Lieber einen 80% richtigen Entscheid zum richtigen Zeitpunkt als einen 100% richtigen zu spät!»

e) Wissenswertes über das Erstellen der Ökobilanz

Projektbeteiligte:

- Daniel Gerber als Projektleiter (Gerber, Hässig+Partner)
- Natascha Klyun, Ökologie-Studentin und Praktikantin
- Andreas Stockhammer, Dr. chem., für die Bewertungen (Gerber, Hässig+Partner)
- Jürg Mani, Dr. chem., Qualitätssicherung (Büro '84, Bern)
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Geschäftsleitung der Druckerei Feldegg

Bilanzierungs-Methode

Verfahren von Arthur Braunschweig und Ruedi Müller-Wenk, basierend auf den Unterlagen Nr. 24,132,133 (Methodik für Ökobilanzen) der BUWAL Schriftenreihe.

Entstehungsperiode

Die Ökobilanz der Druckerei Feldegg wurde, in Zusammenarbeit mit der Beratungsfirma Gerber, Hässig+Partner aus Bütschwil, im ersten Halbjahr 1994 erstellt. Diese Firma verfügt über jahrelange Erfahrung im Bereich Umweltschutz; auch im Zusammenhang mit der Druckindustrie.

Datenmaterial und Datenerfassung

Alle Rechnungen des Geschäftsjahres 1993 wurden erfasst. Diese sind in einer Datenbank aufbereitet und ermöglichen der Druckerei Feldegg, in Zukunft damit zu arbeiten. Es wurden auch alle Stoffflüsse und der Energieverbrauch in ihren jeweiligen physikalischen Einheiten erfasst (Stoff- und Energiebilanz).

Bilanzierungs-Gebiet

Das Bilanzierungs-Gebiet umfasst die Kern- und Komplementärbilanz der Druckerei Feldegg aus dem Jahre 1993.

f) Begriffe und wichtige Kennzahlen

Bei der Ökobilanzierung begegnen wir neuen Begriffen und Stichwörtern. Ähnlich dem Finanz-Controlling wird man auch in diesem neuen Gebiet bald mit Kennzahlen operieren können. (Interessant bei dynamischer Betrachtung: Vergleich verschiedener Perioden usw.)

Im Folgenden möchte ich die wichtigsten Begriffe erklären:

Ökobilanz

Unter einer Ökobilanz verstehen wir eine ökologisch bewertete Stoff- und Energiebilanz.

Umweltbelastungspunkte (UBP)

Die UBPs drücken die Umwelteinwirkung aus (je mehr UBPs, desto grösser die Umweltbelastung). Die jährlichen Emissionen oder der Rohstoffverbrauch in physikalischen Einheiten multipliziert mit dem Ökofaktor ergibt die sogenannten UBPs (eine dimensionslose Zahl), die man – unabhängig von Emissions- oder Rohstoffart – über alle Einwirkungen hinaus aggregieren kann.

Ökofaktor (ÖF)

Der Ökofaktor ergibt sich aus IST-Fluss und kritischem Fluss durch folgende Berechnung:

$$\text{ÖF} = 1/\text{Kritischer Fluss} \times \text{IST-Fluss}/\text{Kritischer Fluss}$$

Damit wird erreicht, dass der Ökofaktor umso grösser ist, das heisst, je niedriger der Grenzwert und die somit tolerierbare Menge des Stoffes ist. Der Ökofaktor wird umso grösser, je höher die Umweltbelastung ist. Der Ökofaktor basiert auf den von Politikern festgelegten, nationalen Grenzwerten und ist zum Teil auch umstritten.

Kritischer Fluss

Der kritische Fluss ist die Menge an Einwirkungen pro Zeiteinheit, welche für das betroffene Element der natürlichen Umwelt gerade noch erträglich ist, das heisst nicht zu einer unzulässigen Zustandsverschlechterung führt. Zur Bestimmung des kritischen Flusses orientiert man sich an den gesetzlichen Rahmenbedingungen (Grenzwerte).

IST-Fluss

Der IST-Fluss ist das tatsächliche Total aller Einwirkungen der betreffenden Einwirkungsart im gegebenen räumlichen Bereich pro Zeiteinheit.

3. Mut zu Lösungen: Eine Ökobilanz als Basis für umweltgerechtes Handeln

Aller Anfang ist schwer! Der erste Schritt zu einem glaubwürdigen Umweltmanagement in einem Unternehmen ist die Erstellung einer Ökobilanz. Auf dem Papier wirkt eine Ökobilanz als kleiner Schritt. Deren Realisierung bedeutet aber für ein Unternehmen fast ein Spagat. Überzeugungsarbeit, Argumente, viel Geduld und Ausdauer und immer wieder Mut und Durchhaltenwollen prägen die Geburt einer ersten Ökobilanz.

**a) Das Ergebnis unserer Ökobilanz:
Umweltbelastungspunkte (UBP)**

Damit eine Ökobilanz besser verständlich ist und auch durch Laien gelesen werden kann, wurden sogenannte UBPs (Umweltbelastungspunkte) eingeführt. Anhand eines **UBP-Barometers** lässt sich ein umweltgerechtes Handeln eines Unternehmens auf einfache Weise messen.

Auswahl einiger Kennzahlen aus der Ökobilanz der Druckerei Feldegg, 1993

Kernbilanz

Für die Erstellung einer Ökobilanz werden die direkt im Unternehmen anfallenden Umwelteinwirkungen in der Kernbilanz zusammengefasst. Alle indirekt erzeugten Umweltbelastungen (Herstellung/Transport) werden in der sogenannten Komplementärbilanz festgehalten.

Umweltbelastungspunkte (UBP) der Kernbilanz:	
Wärme	3 400 000
Verkehr	33 100 000
Strom	2 100 000
Energiebereitstellung	42 800 000
Bodenversiegelung	950 000
Wasser/Abwasser	1 200 000
Abluft	77 900 000
Feste Abfälle	710 000
<hr/>	
Total	162 160 000
<i>Pro Mitarbeiter/in</i>	<i>4 900 000</i>

Stofffluss

Sämtliche Materialien, die 1993 von der Druckerei Feldegg eingesetzt wurden, sind erfasst worden. Für die Beurteilung wurde eine Auswahl getroffen. Die 49 wichtigsten Materialien wurden genauer geprüft, bewertet und in der Stofffluss-Tabelle festgehalten. Die im Stofffluss festgehaltenen Daten stellen also nur eine Auswahl dar, die nicht erfassten werden aber keine bedeutende Veränderung der Umweltbelastung darstellen. Ebenfalls nicht erfasst wurden die Maschinen und das Gebäude. Die Umweltbelastungen, die durch den Verbrauch von Material ermittelt wurden, sind bei der Bewertung entweder der Kernbilanz (wenn zum Beispiel ein Reinigungsmittel im Betrieb verdunstet – bei der Abluft) zugeordnet oder in der Komplementärbilanz (zum Beispiel Umweltbelastung der Druckplattenherstellung) festgehalten.

	Umweltbelastungspunkte	
	Kernbilanz	Komplementärbilanz*
Umweltbelastung durch Druckvorstufe 1	115 000	200 000*
Umweltbelastung durch Druckvorstufe 2	79 000	0*
Umweltbelastung durch Druck	80 000 000	272 400 000*
<hr/>		
Umweltbelastung durch die Druckerei Feldegg	80 194 000	272 600 000*
<i>Pro Mitarbeiter/in (33*)</i>	<i>2 430 000</i>	<i>8 261 000*</i>

* Die Komplementärbilanz ist unvollständig, da die Lieferanten und die Hersteller noch nicht in der Lage sind, die Umweltbelastung bekannt zu geben, die bei der Herstellung ihrer Produkte entsteht.

Auswahl wichtiger Produkte der Druckerei Feldegg

Durch die Betrachtung der Umweltbelastung einzelner Materialien wird sichtbar, wo die Druckerei Feldegg am meisten Wirkung erzielen kann. Für den kontinuierlichen Veränderungsprozess ermöglicht diese Betrachtung ein effizientes Vorgehen. Da aber die Bilanzgebiete der einzelnen Produkte nicht identisch sind, sollen die Umweltbelastungspunkte nicht direkt miteinander verglichen werden, sondern sie dienen nur einer groben Beurteilung.

Die wichtigsten Produkte:

	Umweltbelastungspunkte	
	Kernbilanz	Komplementärbilanz
Papier	259 000 000²	
Offsetplatten	11 400 000 ²	
Druckfarben	1 037 000 ¹	1 000 000 ²
Auswahl einiger Chemikalien:		
Isopropylalkohol	20 400 000¹	
Gummituchwaschmittel	34 800 000¹	
Feuchtmittelzusatz	5 900 000 ¹	
Walzenwaschmittel	5 000 000 ¹	

¹ In der Kernbilanz erfasst

² In der Komplementärbilanz erfasst

Bemerkungen

- Die fett dargestellten UBP entsprechen insgesamt 90% der gesamten Umweltbelastung der Druckerei. Es ist aus diesem Grunde auch sinnvoll, Massnahmen an diesen Stellen vorzunehmen.
- Mit unserem Firmenwagen «produzieren» wir 15 000 UBP/100 km. Im Jahr 1993 ist dieses Fahrzeug rund 15 000 km für geschäftliche Zwecke eingesetzt worden, was einer jährlichen Belastung von etwas über 2 000 000 UBP entspricht. Der bewusster Einsatz eines Transportmittels ist somit umwelt-effizienter!
- Mit «umweltgerechteren» Farben hat man ein kleines Potential und handelt sich vielleicht andere Nachteile ein (zum Beispiel bei den Trocknungs-Eigenschaften).

b) Vorgesehene Massnahmen

Die nachfolgenden Massnahmen werden im Umweltmanagement-Handbuch der Druckerei Feldegg formuliert. Selbstverständlich werden darin neben den qualitativen, auch quantitative Ziele festgelegt. Wir sind gespannt auf die Ergebnisse der nächsten Ökobilanz. Wir erachten es als sinnvoll, eine solche Bilanz alle 2 bis 3 Jahre zu erstellen.

1. Massnahme:

Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterschulung

Wir wollen zum Schutz der Umwelt unser Handeln an folgenden Grundsätzen orientieren:

1. Vermeiden
2. Vermindern
3. Verwerten
4. Entsorgen

- Dies gilt in allen Geschäftsbereichen, wie zum Beispiel in der Kundenberatung, Auftragsplanung, Produktion, Abfallmanagement und Verkehr.
- Die Eigenverantwortung und -initiative soll durch Anreize gefördert werden.
- Die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten ist sehr wichtig!

Stand heute

Die permanente Mitarbeiter-Info zeigt eindeutig, dass in allen Bereichen «umgedacht» wird. So hat zum Beispiel ein initiativer

Abteilungsleiter mit seinem Team – ohne Druck von «oben» – fortlaufend Tests bezüglich dem Einsatz von umweltgerechteren Farben durchgeführt oder die Vorstufen-Profis schalten ihre Mac-Bildschirme über den Mittag aus.

2. Massnahme:

Vermehrter Einsatz von Sekundär-Faserstoffpapieren

Auch in diesem Bereich wollen wir mit unseren Partnern (Papierherstellern und Produzenten) zusammenarbeiten und erwarten von ihnen realistische Angaben bezüglich UBP der einzelnen Papiersorten. Interessant wird es dann, wenn wir auf unseren Offerten neben den Papierspezifikationen und -preisen, zusätzliche Angaben bezüglich effektiver UBP machen können!

Der ökologisch richtige Papiereinsatz wird bestimmt vom Verwendungszweck der Drucksache. Ein Kunstbuch oder ein anderes wertvolles Buch sehen wir immer noch mit weissem Primärfaserstoff-Papier hergestellt. Einerseits soll alles unternommen werden, dass vor allem Holz aus schweizerischen Wäldern bezogen und somit ein Beitrag zur Waldpflege geleistet wird und andererseits können Sekundärfaserstoff-Papiere nicht endlos recycelt werden. Eine ansehnliche Menge Primärfaserstoff-Papiere muss somit hergestellt werden.

Wichtig:

Integriertes Umweltmanagement kann auch bedeuten, dass wir als Druckerei allenfalls zugunsten von Zeitungsdruckereien, den Einsatz von Primärfaserstoffpapieren forcieren müssen, damit das Angebot/Nachfragegleichgewicht für qualitativ gute Recyclingpapiere wiederhergestellt wird! Es liegt dann an unserer gemeinsamen Informationspolitik, den Kunden bezüglich gesamtwirtschaftlicher und ökologischer Zusammenhänge zu informieren.

Stand heute

Durch permanente Beratung und Information der Kunden, ist es in den letzten Jahren gelungen, die Belastung um ungefähr 40 000 000 UBP zu reduzieren. Mit vermehrtem Einsatz von Recyclingpapieren wäre das Verbesserungspotential weitere 80 000 000 UBP. Wie schon erwähnt, müsste dies jedoch vermehrt in Koordination mit dem gesamten Papiermarkt geschehen.

3. Massnahme: Sukzessive Energie-Reduktion

Die Energiebereitstellung ist, da unser Betrieb mit 2 grossen Maschinen produziert, von grösserem Ausmass. Durch entsprechende Schulung und «bewusstem» Produktionsmitteleinsatz, sowie neuen technischen Vorrichtungen ist das Sparpotential beträchtlich. Bei nächsten baulichen Veränderungen ist diesen Erkenntnissen vor allem Beachtung zu schenken.

Stand heute

Ideen bezüglich Alternativ-Energie-Einsatz sind bei uns diskutiert und in der Planung umgesetzt. Rezessionsbedingt ist die Realisierung dieser Massnahme im Moment in der Schublade.

4. Massnahme:

Realisierung des lösemittelfreien Offsetdrucks

Eine grosse Umweltbelastung entsteht bei der Druckerei Feldegg auch im Bereich des Lösemittel-Einsatzes. Diese werden mit Reinigungsmitteln und mit verschiedenen Druckchemikalien noch

in grossen Mengen eingesetzt. Der lösemittelfreie Offsetdruck ist heute mit entsprechenden Anstrengungen aller möglich und sollte bis ins Jahr 2000 unbedingt vollzogen sein.

Stand heute

Vor allem auf Initiative des Abteilungsleiters im Druckbereich reinigen alle unsere Drucker die Walzen mit Pflanzenöl-Reiniger. Beim Gummituch-Waschen ist die Akzeptanz noch nicht so gut (erhöhte Unfallgefahr durch Tropfen und noch ungewohntes Handling). Auch in diesem Bereich sind wir im Dialog mit dem Lieferanten.

5. Massnahme: Kontinuierliche Alkohol-Reduktion

Neben den Lösungsmitteln und Farben ist es vorwiegend der Alkohol, der prozess- und qualitätsbedingt in hohem Masse in einem Offsetbetrieb anfällt. Entsprechend gesetzlichen Auflagen (VOC), soll mit Reduktion bzw. Verzicht vorgegriffen werden. Geprüft wird der wasserlose Offsetdruck unter Berücksichtigung aller Auswirkungen (Kühlung der Druckwerke, Qualität usw.). In dieser Hinsicht sind wir auf den Maschinenhersteller angewiesen.

Stand heute

Erfreulicherweise konnten bei uns die VOC-Emissionen durch eine 50%ige Alkohol-Reduktion massiv gesenkt werden (Feuchtmittel mit neuem Zusatz). Auf beiden Maschinen fahren die Drucker mit 4%. Selbstverständlich ist dies nur ein Teilziel.

6. Massnahme: Vermehrter Einsatz von Naturfarben

Über 2000 kg Druckfarben brauchen wir jährlich. Zurzeit sind es noch konventionelle Druckfarben. Erhältlich sind heute aber verschiedene Farben, die auf pflanzlicher Basis hergestellt werden. Genaue ökologische Beurteilungen dieser neuen Produkte sind noch nicht gemacht. Ob solche «Naturfarben» heute wirklich schon ökologischer sind, ist somit noch nicht mit Bestimmtheit zu sagen. Trotzdem wollen wir den «neuen» Farben eine Chance geben und diese prüfen. Dies vor allem, um gegenüber den Kunden und Lieferanten zu zeigen, dass ökologische Produkte gewünscht sind. Wir können so sicher wertvolle Impulse für die Druckindustrie geben.

Stand heute

Zurzeit laufen bei uns Tests (Farbsätze von 4 verschiedenen Lieferanten). Diese sind noch nicht abgeschlossen.

4. Fazit: Hoffentlich macht das Beispiel der Druckerei Feldegg rasch Schule

Wir von der Druckerei Feldegg glauben an unsere Vision und sind von unserem Weg überzeugt. Ich würde mich sehr freuen, auch bei Ihnen Begeisterung für diesen Weg auslösen zu können. Gestatten Sie mir, Ihnen 6 bewährte Tips mit auf den Weg zu geben:

1. Unternehmen, die sich heute nicht aktiv mit Umweltmanagement befassen, werden langfristig Existenzprobleme haben.

2. Eine umweltgerechte Unternehmensprofilierung ist für ein Unternehmen nur glaubwürdig, wenn neueste ökologische und technologische Erkenntnisse, Entwicklungen und Geräte umgesetzt werden bzw. zum Einsatz kommen.

3. Unternehmen, die über keine soziale Kompetenz verfügen, werden kein glaubwürdiges Umweltmanagement betreiben können und somit auch nicht «öko-effizienter» werden.

4. Umweltmanagement setzt eine bestimmte Denkweise der Firma, der Geschäftsführung, der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter voraus. Grundlage dafür ist eine offene Firmenkultur, in der ethische Wertvorstellungen Platz haben.

5. Der umweltgerechte Weg braucht viel Geduld und Ausdauer. Sobald ein Unternehmen eine Ökobilanz einmal initiiert und realisiert hat ist ersichtlich, dass dieser Weg viele neue Chancen beinhaltet. Es braucht lediglich Mut zur Tat!

6. Umweltgerechtes Handeln bedingt verantwortungsvolles Handeln, kostet und ist teuer. Verdrängungspolitik und Mittelmässigkeitsdenken stumpfen auf die Dauer ab, engen ein, machen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unflexibel. Dieser Weg mag sich vielleicht kurzfristig lohnen, langfristig ist er jedoch äusserst kostspielig.

Die Entscheidung liegt in Ihren Händen. Ich will nicht den Eindruck erwecken, dass wir alle Probleme im Griff haben. Einiges haben wir getan, vieles können wir und müssen wir noch tun. Der Weg zum umweltgerechten Handeln ist lang und steinig. Wichtig ist, dass man den ersten Schritt wagt, die Probleme zu erkennen versucht, sie ernst nimmt und nach kreativen Lösungen sucht.

Wir von der Druckerei Feldegg, ein klassischer KMU-Betrieb, haben den sportlichen Ehrgeiz voranzugehen und freuen uns auf diesem Weg bald passende und ähnlich denkende Partner zu haben – Partner, denen ein umweltgerechtes Handeln zukünftig am Herzen liegt.

Mit folgendem Zitat von Ernst Eggimann beende ich meine Ausführungen.

«Und trotzdem bemühen sie sich unablässig, ja sind fasziniert von der Utopie einer lebenswerten Gesellschaft, die das Leben liebt und schützt. Sie haben begonnen, ökologisch zu denken, sie beziehen sich ein in einen viel grösseren Zusammenhang: Sie können nicht anders. Dieser Vorgang ist irreversibel. Es könnte durchaus sein, wie es im Augenblick aussieht, dass alles, was sie unternehmen, doch keinen Zweck hat, aber einen Sinn hat es jedenfalls.»

Besten Dank.

Literaturhinweise

«Fluchtweg aus dem Treibhaus», Handelszeitung Nr. 3, 1/95;

«Klima – die Kraft mit der wir leben», Pro Futura Verlag (Stiftung WWF Schweiz);

«Ökobilanzen für Unternehmungen», eine Wegleitung für die Praxis von A. Braunschweig und R. Müller-Wenk.