

INTERVIEW MIT ROSWITHA SANDWIESER
UND DORIS RASSHOFFER
VON DER DRUCKEREI GUGLER*

WAS BEDEUTET CRADLE TO CRADLE IM BUCHDRUCK?

Von Jennifer Hauwehde

Puh, das klingt ganz schön kompliziert – und vor allem nach einer Menge Arbeit (und Geld). Wie kann ich mir das jetzt konkret vorstellen? Nach einer ausführlichen Führung habe ich die Gelegenheit, mit Roswitha Sandwieser und Doris Raßhofer über das Unternehmen und alternatives Wirtschaften mit Kreislaufgedanken zu sprechen. Roswitha ist Nachhaltigkeitsbeauftragte und Produktentwicklerin bei gugler*, Doris leitet die Kommunikationsabteilung und die Akademie.

Ihr wart weltweit eine der ersten Druckereien, die Cradle to Cradle angeboten hat, und ihr seid immer noch eine der wenigen in Europa. Woran liegt das, warum arbeiten nicht mehr Druckereien nach Cradle to Cradle?

Doris: Eine Cradle-to-Cradle-Zertifizierung ist ein sehr aufwendiger Prozess, weil man



»Eine Cradle-to-Cradle-Zertifizierung ist ein sehr aufwendiger Prozess, weil man tief in die Lieferketten hineingehen muss.«

tief in die Lieferketten hineingehen muss. Das heißt, wir müssen mit unseren Zulieferern verhandeln und die wiederum mit ihren Zulieferern. Wir lassen uns nicht einfach etwas bescheinigen, das dann von Lieferant zu Lieferant in blindem Vertrauen weitergegeben wird. Durch Geheimhaltungsvereinbarungen können sie uns ihre chemischen Rezepte vorlegen – die lassen wir in einem unabhängigen ökotoxikologischen Labor prüfen, um zu wissen, was genau zum Beispiel in einer Druckfarbe enthalten ist. Sollten krebserregende oder erbgutverändernde Stoffe enthalten sein, muss der Lieferant diese Stoffe gegen bekannte und unschädliche Stoffe austauschen. Es kann sein, dass er ein paar Bestandteile wiederum selbst von einem Lieferanten bezogen hat, dann muss dieser zweite Lieferant die Stoffe austauschen und so weiter. Das ist sehr aufwendig, und man braucht ein gutes Verhältnis zu den Zulieferern, vor allem aber die Bereitschaft und das Commitment für diesen Prozess. Und es ist natürlich auch ein sehr kostspieliger Prozess – was sich nicht jede Druckerei leisten will und kann.

Kostet das sehr viel Geld?

Roswitha: Das war schon eine große Investition. Vor allem die erste Zertifizierung war ein großer Schritt für uns als mittelständische, familiengeführte Druckerei – gerade in einer Branche, die nicht sonderlich viel Profit abwirft. Für Ernst Gugler [den Gründer von gugler*] gab es allerdings nur ein Ja oder Nein: Entweder wir verändern etwas, oder wir produzieren nicht mehr. Er wollte auch den Mitarbeiter:innen nicht mehr zumuten, mit potenziell

»Wenn man die Probleme erkennt, muss man etwas gegen sie unternehmen.«



gesundheitsgefährdenden Materialien zu arbeiten – wenn man die Probleme erkennt, muss man etwas gegen sie unternehmen. Die hohen Kosten sind allerdings der Grund, weshalb wir unsere Arbeit nicht sofort zu 100 Prozent optimiert haben, sondern Schritt für Schritt vorgegangen sind. Wir haben immer noch Komponenten, die wir zertifizieren lassen möchten.

Ihr nehmt also das System, das schon da ist, und versucht, es so weit zu optimieren, wie es geht.

Doris: Richtig. Mit unseren Zulieferern versuchen wir, das System zu optimieren und gesunde, saubere und rückstandsfreie Inhaltsstoffe zu generieren. Aber natürlich

können wir weder die gesamte Druckbranche noch die gesamte Welt revolutionieren. Wir gehen einfach mal vor und versuchen zu zeigen, wie es gehen könnte. Ohne zu glauben, selbst schon perfekt zu sein. Inzwischen gibt es viele Firmen, die unter anderem im Rahmen unserer Akademie zu uns kommen und sich zeigen lassen, wie Cradle to Cradle funktioniert und was man dabei beachten muss.

Habt ihr keine Angst, euer Wissen zu teilen?

Doris: gugler* hat in den letzten zehn Jahren die gesamten Forschungs- und Entwicklungskosten getragen. Natürlich können wir dieses erworbene Wissen aus wirt-



»Wir wünschen uns eine radikale Konsument:innen- Orientierung.«

schaftlicher Sicht nicht einfach als Open Source ins Internet stellen. Wir sind dennoch daran interessiert, dass sich unser Ökologisierung-Know-how in der Welt verbreitet. Deshalb haben wir die Print-the-Change-Genossenschaft gegründet, in der wir unser Wissen mit ausgewählten Partnern teilen, dabei aber durch Vereinbarungen und Verträge abgesichert sind. So können wir neue Zertifizierungen innerhalb dieser Genossenschaft gemeinsam verwirklichen und die Kosten gemeinschaftlich tragen. Das Ziel wäre, dass viele Druckereien in Europa und weltweit der Genossenschaft angehören und wir uns das Know-how und die Kosten teilen können. Dadurch wäre gewährleistet, dass immer mehr Stoffe immer schneller zertifiziert werden könnten, sodass Cradle to Cradle für immer mehr Druckereien interessant wird und sich zum Standard entwickelt.

Wir stehen unter dem verglasten Dach bei gugler*, das ohne Zweifel eine beeindruckende Aussicht auf den freien Himmel und viel Lichteinfall bietet, unter dem ich mir in der Sommersonne allerdings auch vorkomme wie in einem Gewächshaus: Ich zerfließe. Trotzdem möchte ich noch ein paar Dinge wissen – zum Beispiel, wie

man hier mit Kritik an Cradle to Cradle umgeht. Die kommt vor allem aus Richtung der Postwachstumsökonomie und lautet in etwa: »Kreislauffähigkeit gut und schön – aber Cradle to Cradle verbraucht ja immer noch wertvolle Ressourcen. Am Ende muss der Verzicht auf Wachstum stehen – sonst läuft man Gefahr, einfach mit einer neuen Technologie so weiterzumachen wie bisher oder sogar noch mehr Ressourcen zu verbrauchen, weil die Produktion jetzt besonders nachhaltig ist.«

Roswitha sieht das ganz genauso: »Ich glaube, es braucht eine Mischung: Reduktion und eine Veränderung der Produkte. Wir verstehen die Kritik und sind auch der Ansicht, dass nicht maßlos produziert werden sollte, auch nicht nach Cradle to Cradle.« Die Wirtschaft von morgen kann nicht endlos so weiterwachsen – auch nicht, wenn man sie grün anmalt. Und: Wie bei vielen Dingen wird vermutlich nicht *die eine* Lösung, sondern vor allem eine Kombination aus mehreren Ansätzen zum Ziel führen.

Wie könnte die ideale Wirtschaft von morgen aussehen? Roswitha meint, die Produktionsabhängigkeit sollte sich im besten Falle umdrehen: Die Wirtschaft richtet sich nach dem aus, was Kund:innen fordern – und zwar *nur* nach diesen Wünschen. »Bisher werden Produkte hergestellt, im Anschluss wird massenhaft Werbung für sie gemacht, und so werden Konsument:innenwünsche geweckt. Wir wünschen uns eine radikale Konsument:innenorientierung. Das bedeutet auch, dass Wirtschaft und Politik diesbezüglich im Einklang stehen.« Müssen die Unternehmen der Zukunft also immer auch politisch sein? »Das wird so sein müssen.«