

a

us der Luft betrachtet, fällt der Komplex kaum auf. Unter der Adresse von Gugler Print, fünf Kilometer außerhalb von Melk in Österreich, zeigen die Satellitenbilder von Google Maps nur saftiges Grün. Erst bei näherem Betrachten sieht man die große Halle, die unter dem bepflanzten Dach liegt. Die Mauern des Gebäudes sind größtenteils aus Stampflehm, Glas und Holz errichtet, hinter dem Haus wächst Biogemüse, das in der haus-eigenen Kantine verarbeitet wird.

Für Gugler Print ist Nachhaltigkeit nicht nur ein Label – sie ist gelebte Firmenstrategie, sozusagen die DNA des Unternehmens. „Als wir 1989 angefangen und uns ökologisch nachhaltiges Drucken auf die Fahnen geschrieben haben, wurden wir noch als Spinner und Öko-Freaks verlacht“, erinnert sich Ernst Gugler. 25 Jahre später hat sich das Blatt gewendet. Nachhaltigkeit und Umweltschutz stehen bei immer mehr Unternehmen auf der Agenda. Aber auch viele andere Druckereien sind mittlerweile auf den Zug aufgesprungen.

Pioniere ebnen Nachahmern den Weg

So viele, dass die Kunden laut Gugler gar nicht mehr unterscheiden können, wer tatsächlich ökologisch nachhaltig produziert. „Wir haben anfangs sehr viel Überzeugungsarbeit geleistet und damit vielen Nachahmern den Weg geebnet“, sagt Gugler, ohne dass dabei Groll zu spüren wäre. Im Gegenteil. Ob die Unternehmen bei Gugler aus Überzeugung drucken lassen oder nur, um ihr grünes Gewissen zu beruhigen? „Letzten Endes ist das egal“, sagt Gugler und lächelt. Ihm geht es schließlich um mehr als um ein pfiffiges Marketingkonzept. Sein Ziel: Die Umwelt mit seinen Produkten nicht nur weniger zu schädigen als andere, sondern sie ein Stückchen besser zu machen.

Das Konzept dahinter heißt Cradle-to-Cradle (kurz: C2C) oder auf Deutsch, Ökoeffektivität. „Das bedeutet, wir optimieren unsere Produkte so weit, dass sie am Ende ihres Lebenszyklus dem Ökokreislauf wieder vollständig zugeführt werden können“, erklärt Gugler. Die Print-Produkte mit C2C-Zertifikat im Sortiment von Gugler sind

MEHR GEBEN ALS NEHMEN

Das Kommunikationshaus Gugler in Österreich ist ein Pionier in Sachen Nachhaltigkeit. Dabei geht es Firmenchef Ernst Gugler nicht darum, die Umwelt etwas weniger zu schädigen als andere. Er will viel mehr.



Bepflanztes Dach, Mauern aus Stampflehm, Glas und Holz: Der Firmensitz von Gugler Print in Österreich deutet bereits außen an, wofür Ernst Gugler (r. o.) und sein Team stehen: für eine nachhaltige, umweltschonende Printproduktion.

genauestens auf ihre Herkunft und Verträglichkeit geprüft, sämtliche Bestandteile klassifiziert und positiv definiert. Sie enthalten weder giftige Chemikalien noch andere schädliche Inhaltsstoffe und sind daher vollständig biologisch abbaubar.

Umkehr eines Paradigmas

C2C kehrt ein Paradigma um: „Realistisch gesehen, wäre es für die Umwelt das Beste, wenn es uns nicht gäbe – das ist der gängig Denkan-satz. C2C geht aber davon aus, dass wir durch unser Wirken die Umwelt auch besser machen können“, sagt Gugler. Etwa am Beispiel grafische Papiere: Rund 360 Millionen Tonnen davon produzieren die europäischen Länder im Jahr. „Rund ein Drittel davon bleibt nach dem Recycling als mehr oder weniger giftiger Sondermüll übrig“, sagt Gugler. Wäre das Papier nach dem C2C-Prinzip hergestellt, könnte die Masse als hochwertiger Dünger auf den Feldern landen, anstatt teuer entsorgt zu werden.

Etwa 20 Prozent der Druckerzeugnisse von Gugler Print sind mittlerweile im C2C-Verfahren hergestellt, Tendenz steigend. „Wir bieten nahezu die gesamte Palette an Produkten an“, sagt Gugler. Bis dahin war es ein langer Weg: Damit die Inhaltsstoffe geprüft und zertifiziert werden können, müssen Hersteller von Druckfarben, Lacken, Papier und anderen Bestandteilen ihre Rezepturen offenlegen und die Herkunft nachweisen. Kein einfaches Unterfangen in einer globalisierten Wirtschaftswelt. Für Gugler ist daher der nächste Schritt, eine Allianz aus Gleichgesinnten unter der Marke „Print the Change“ zu formen: „Wir wollen in jedem europäischen Land mindestens eine Druckerei als Partner gewinnen, die so denkt wie wir, und handeln.“ In Dänemark etwa gehört „KLS Grafisk Hus“ bereits zum jungen Netzwerk. So könne der Anreiz für Forschung, Entwicklung und Hersteller erhöht werden, Cradle-to-Cradle-Produkte anzubieten. Sein Ziel: ein nachhaltiges Konzept für ökologisches Drucken, das den Namen verdient. Den ersten Schritt geht der Öko-Pionier selbst: Schon bald will Gugler sein gesamtes Sortiment auf C2C umstellen – und damit wieder einmal den Weg für Nachahmer ebnen. ■

GUGLER GMBH

3390 Melk
Österreich

www.gugler.at
www.printthechange.com



PANORAMA

„Fast 85 Prozent
aller Konsumenten
wählen Produkte
in erster Linie nach
der Farbe aus.“

WIE FARBEN AUF UNS WIRKEN

SEITE 52

