

Umweltsichere Kreisläufe

Wer sich in Deutschland, Österreich oder der Schweiz mit Nachhaltigkeit in der Druckindustrie beschäftigt, kommt an dem Melker Kommunikationshaus Gugler nicht vorbei. Wir haben den Vor- und Querdenker Ernst Gugler getroffen und mit ihm anlässlich des 25-jährigen Bestehens seines Unternehmens über Nachhaltigkeit und Innovation gesprochen.

Von KNUD WASSERMAN

Es war gar nicht so einfach, Ernst Gugler für ein Interview zu gewinnen. Ein dicht gedrängter Terminkalender, aber auch die Befürchtung, dem Wettbewerb vielleicht zu viel preiszugeben, standen dem Wunsch zunächst im Weg. Es ist uns dann aber doch gelungen. Anfang November haben wir Ernst Gugler in Wien getroffen und spontan entschieden, das Gespräch während eines Spaziergangs zu führen.

Dabei erzählte er uns, dass er intensiv daran arbeite, sein Konkurrenzdenken abzubauen. Was gar nicht so leicht sei, da es in unserer Gesellschaft ein einstudiertes Ritual ist. Erst kürzlich etwa sei ein Mitbewerber ausgezeichnet worden, dem er gratuliere, um zu zeigen, dass er sich mit ihm freuen kann. Das sei nur ein kleiner Beitrag, die Kultur des Unternehmens weiterzuentwickeln, denn es gebe Dinge, die mehr werden, wenn man sie teilt. »Das verbissene Wettbewerbsdenken bringt uns, wie wir in den letzten Jahren gesehen haben, nicht weiter.«

Bereits nach den ersten gemeinsamen Schritten liegt eine etwas mitgenommene PET-Flasche auf der Straße. Ansatzlos greift Ernst Gugler zu der Flasche und wirft sie in den nächstgelegenen Mistkübel. Die Aktion wirkt keineswegs aufgesetzt, sondern authentisch. Nachhaltigkeit ist für Ernst Gugler kein Trend, dem man nachlaufen muss, weil es gerade opportun ist. Gugler ist davon überzeugt und er lebt es auch. Seit 25 Jahren setzt er bei dem Melker

Unternehmen auf nachhaltige und authentische Kommunikation.

Was in den 1990er-Jahren vielfach noch belächelt wurde, gehört heute zum guten Ton. Gugler hat sich von seinem Bauchgefühl leiten lassen und war davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit eines der zentralen gesellschaftlichen Themen werden wird. Dieses Gefühl, das man bestens mit Intuition beschreiben kann, werde immer wichtiger und habe

gerade in letzter Zeit einen neuen Geist in der Unternehmensführung freigesetzt, der das gesamte Team zu außerordentlichen Leistungen beflügelt hat. Das unterstreichen zahlreiche Auszeichnungen.

Ganzheitlich recycelbar

Ernst Gugler hat sich mit bestehenden Standards nie zufrieden gegeben, sondern stets kritisch hinter-

fragt. Das beste Beispiel dafür, dass Gugler einen Schritt weiterdenkt, ist sicherlich Cradle-to-Cradle, ein Konzept, das darauf abzielt, Materialien in umweltsichere Kreisläufe zu führen (siehe Kasten auf der nächsten Seite).

Das war nicht leicht umzusetzen, wie Ernst Gugler versichert, denn es mussten Farb- und Papierhersteller dazu gebracht werden, ihre Rezepturen offenzulegen. Mit viel Überzeugungskraft konnte er dann doch einige Produzenten dafür gewinnen und gemeinsam mit einem unabhängigen Forschungsinstitut alle Komponenten auf ihre Umweltverträglichkeit prüfen.

Hier unterscheidet sich Cradle-to-Cradle von anderen Umweltzeichen, da man eine kontinuierliche Weiterentwicklung auf Produkt- und Komponentenebene verfolge. Darauf sind mittlerweile auch andere Unternehmen in Europa aufmerksam geworden. So arbeite man gerade einen Vertrag aus, um das Know-how im Zusammenhang mit Cradle-to-Cradle an eine skandinavische Druckerei zu transferieren.

Die Vision: Eine Gruppe von Druckereien in Europa zu etablieren, die gemeinsam mit den Herstellern das Thema ökologisches Drucken voranbringen will. Aktuell liegt der Umsatz von Cradle-to-Cradle-konform produzierten Produkten in Melk bei rund 20%, wobei die Tendenz weiter stark steigend sei und die Kunden durchaus bereit seien, die Mehrkosten zu tragen.



Das Ziel ist 25 Jahre nach der Gründung für Ernst Gugler noch immer das selbe: Einen Betrieb zu schaffen, von dem alle profitieren – Gesellschafter, alle Kunden, Mitarbeiter, Partner und die gesamte Region.



Auf den ersten Blick eine ganz normale Druckerei. Doch hinter der Fassade verbirgt sich die wohl umweltbewussteste Druckerei Österreichs.



Das Kompetenzzentrum Gugler Print gehört zu den ersten Druckereien, die das Österreichische und das Europäische Umweltzeichen führen darf.

VON DER WIEGE ZUR WIEGE

Als erstem Druckunternehmen weltweit ist es der inhabergeführten Gugler GmbH gelungen, ein Druckprodukt zu entwickeln, das den Kriterien von Cradle-to-Cradle entspricht. »Von der Wiege zur Wiege« bedeutet, dass Produkte von Anfang an so gestaltet sind, dass ein ganzheitliches Recycling im biologischen oder im technischen Kreislauf möglich ist.

Voraussetzung für die Zertifizierung ist, dass alle Inhaltsstoffe eines Offset-Druckprodukts in Hinblick auf ihre Auswirkungen im biologischen Kreislauf analysiert, bewertet und optimiert werden. Dabei geht es nicht nur um Umweltthemen, sondern auch um gesundheitsrelevante Aspekte wie die Wirkung auf allergiesensible Personen.

Darüber hinaus werden auch Kriterien wie Ökostrom, soziale Standards und der verantwortungsvolle Umgang mit Wasser herangezogen, die bei Gugler schon vor der Zertifizierung zur Selbstverständlichkeit gehörten.

Unter dem Namen »pureprint« wurden zwei Kombinationen ausgewählter Papiersorten, eigens entwickelte Druckfarben und weitere Zusatzmittel zertifiziert und können in einer offiziellen Liste aller Cradle-to-Cradle-Produkte gefunden werden.

› www.printthechange.com

Grenzgeniales Produkt

Hört man sich die öffentlich kolportierte Meinung an, könnte man den Eindruck gewinnen, dass Printmedien puncto Nachhaltigkeit schlechter abschneiden als die digitale Fraktion. Damit konfrontiert, meint Ernst Gugler, dass ein Vergleich extrem schwierig sei und von vielen Faktoren abhängt. Hier würde von den unterschiedlichen Seiten Schwarz-Weiß-Malerei betrieben. »Wenn ich Cradle-to-Cradle betrachte und mir vor Augen führe, dass die Energie aus erneuerbaren Quellen kommt und keine Abfälle mehr zurückbleiben, ist die Annahme, dass Druckprodukte umweltschädlicher sind, absolut nicht gerechtfertigt.« Außerdem würde bei elektronischen Medien nicht hinterfragt, aus welchen Quellen die Rohstoffe stammen, unter welchen Bedingungen die Hardware produziert und entsorgt werde. »Wenn die Inhalte gut aufbereitet sind und ökologisch sorgfältig produziert werden, ist Print auch in Zukunft ein grenzgeniales Produkt.« Für das Kommunikationshaus Gugler gehe es deshalb darum, Druckprodukte zu entwickeln und herzustellen, die einerseits im biologischen Kreislauf optimiert sind und andererseits alle Sinne der Konsumenten ansprechen.

Bei der Diskussion über die Zukunft der Printmedien stößt man relativ schnell auf das Thema Konvergenz. Hier sieht sich Gugler mit seiner Ausrichtung als Medienhaus gut aufge-

stellt. Mit dem Aufkommen des Internets habe man vor 20 Jahren bereits die ersten Schritte in Richtung Medienhaus gesetzt und die Programmierung von Websites angeboten. »Klar hat es gedauert, bis sich der Erfolg eingestellt hat, aber auch die Misserfolge haben uns weitergebracht und waren letztendlich notwendig, um dort zu stehen, wo wir heute sind«, schildert Ernst Gugler die Anfänge.

Ähnlich sei es auch im Kreativbereich verlaufen. Hier habe man zehn Jahre gebraucht, bis man sich die notwendige Kompetenzvermutung am Markt erarbeitet hat. Gleichzeitig wurde erkannt, dass es sinnvoll ist, Know-how und Marktzugang zuzukaufen, weshalb man 2012 die St. Pöltner Kommunikationsagentur Living Office übernommen hat. Im Zuge dieser Integration wurde die Organisation des Kommunikationshauses neu strukturiert. Mit der Bildung der Units Brand, Digital und Print sollen die vielfältigen Kompetenzen stärker gebündelt und noch fokussierter angeboten werden. Mittlerweile ist das Kommunikationshaus zur größten Markenagentur Niederösterreichs gewachsen.

Gestaltungsspielräume

Der Schwerpunkt von Gugler Brand liegt auf authentischer Markenkommunikation, »denn die Währung der Zukunft heißt Vertrauen«, sagt Gugler. Umso wichtiger ist es, Marken mit Werten aufzuladen und damit

die Basis für dauerhafte Beziehungen zu schaffen. Kunden wie SAP, Voestalpine, Austria Glas Recycling, Fairtrade oder der Magistrat der Stadt St. Pölten schätzen dieses Know-how. Heute könne man Kunden über den gesamten Kommunikationszyklus begleiten: von der strategischen Beratung und Prozessbegleitung, über Kreation und Text, visuelle Aufbereitung und Produktion von Off- und Online-Kommunikationsinstrumenten. »Wir decken nahezu den gesamten Kommunikationsbedarf eines Unternehmens ab«, betont Ernst Gugler selbstbewusst.

Der in Österreich wohl einzigartige Wandel von einer sechs Mann zählenden Druckerei zu einem Kommunikationshaus mit knapp 100 Mitarbeitern ist Indiz für das erfolgreiche Zusammenspiel von Nachhaltigkeit und Innovation – und hat Beispielcharakter. Ernst Gugler ist nicht trotz, sondern gerade wegen der radikalen Umbrüche in der Medienlandschaft davon überzeugt, dass eine spannende Zeit vor ihm liegt, in der sich viele neue Gestaltungsspielräume auftun werden, die man sowohl für das gesamte Team als auch für die Kunden auf eine nachhaltige Art und Weise nutzen möchte.

› www.gugler.at

