

Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

Den Weg der Kunden mitgehen

VSD inspiriert seine Mitglieder, Ökologiebewusstsein zu zeigen

INTERVIEW



Wenn VSD-Präsident Dr. Christophe Muth die Zukunft der Schweizer Druckindustrie be-

schreibt, bleibt er seit jeher konsequent bei seiner konzeptionellen Leitlinie: Erfolg durch Anpassung an Markttrends. So sehr man als Druckerei, als tradiertes Unternehmen sein Profil, seine Fähigkeiten oder sein USP entwickeln und darstellen will – es nützt nichts, wenn diese Leistungspalette nicht »zu den Zeichen der Zeit« passt. »Wir müssen nicht den Kunden nachhaken, wir müssen mit ihnen Schritt halten oder sogar ein wenig voraus sein,« so Dr. Muth. Insofern stellt sich für ihn nicht die Frage, ob sich die Druckindustrie mit Nachhaltigkeit beschäftigen soll oder nicht: »Die Kunden der Drucker tun dies mit einer rasant wachsenden Intensität. Es ist für die grafische Industrie gar keine Frage oder Alternative mehr, es auch zu tun. Es ist schlichtweg pure Notwendigkeit.«

Insofern wäre jedes Attribut, dass die der Öffentlichkeit vorgestellte Nachhaltigkeits-Initiative des VSD (siehe auch Seite 35 dieser Ausgabe) in die Nähe von Vokabeln wie »Modethema« oder »Zeitgeist-Trend« rückt, grundfalsch. Es ist, frei übersetzt, knallhartes Business.

»Druckkunden, die eine positive Umweltbilanz haben möchten – und diese werden immer mehr – brauchen Drucker, die Standards der Nachhaltigkeit sicher und beständig erfüllen,« stellt Dr. Muth fest.



»Am wenigsten«, so legt der VSD-Präsident, der an der Fachhochschule der Westschweiz und Zürcher Fachhochschule in Winterthur hochqualifizierte Führungskräfte ausbildet, den Mitgliedsbetrieben nahe, »bedarf es dazu irgendwelcher Normen, Vorschriften oder Empfehlungen, die erst noch zu erarbeiten wären. Alles, was man braucht, auf der Höhe der Zeit zu sein, ist auf dem Markt verfügbar, ist bewährt und kann stehenden Fußes umgesetzt werden.« Maßnahmen des Energiesparens können ebenso vom Fleck weg organisiert werden wie auch der freiwillige Einsatz von FSC-Papieren keiner besonderen Vorbereitung oder Wartezeit bedarf.

Verband als Moderator

Der Verband sieht sich in der Rolle des Moderators. »Anders als bei vie-

len anderen Fachthemen müssen wir ja nicht erst etwas erfinden oder entwickeln, um es praktikabel zu machen. Wir ermuntern unsere Mitgliedsbetriebe, voneinander zu lernen oder sich mit diesem Thema organisatorisch zusammenzufinden. Dabei werden wir Unterstützung nach allen zur Verfügung stehenden Kräften und Möglichkeiten geben. Wir haben etliche Unternehmen in unseren Reihen, die auf diesem Gebiet intensive Erfahrungen haben und diese auch offen-kooperativ weitergeben werden. Denn hier profitiert einer vom anderen, Konkurrenz- und Abgrenzungsdenken wären fatal und gäben nach außen ein verhängnisvolles Bild«, analysiert der Wissenschaftler mit breitem Praxis-Erfahrungsfundus.

»Es rechnet sich«

Für die praktischen Dinge – etwa die CO₂-Ausgleichszertifikate – hat sich der VSD renommierte Partner ins Boot geholt, die auch im Sinne initialer Beratungen und angemessenem Coaching zur Verfügung stehen. Klimaneutrales Drucken beginnt mit Checks, Erhebungen, Berechnungen, systematischen Planungen. Dies muss kein Unternehmen allein machen. »Daher ist der Mehraufwand für die Geschäftsleitung absolut im Rahmen des Machbaren. Sobald der Wille vorhanden ist, es auch wirklich zu tun, hält sich der Aufwand im überschaubaren

Rahmen. Der Erfolg setzt jedoch rasch ein, so dass auch ein hoher Grad an Motivation der Mitarbeiter und der Kunden durchaus zu erwarten ist.«

Bleibt, wie immer, die Frage nach den Kosten. »Die Anfangsinvestitionen sind gemessen an anderen Dingen, die eine Druckerei oft stemmen muss, eher gering. Aber die Re-Investition ist recht bald konkret spürbar und berechenbar. Denn Nachhaltigkeit ist immer zugleich auch ein hervorragender und stabiler Weg der Kostenreduktion.« Dr. Muth ist absolut überzeugt: »Das rechnet sich für jeden Druckunternehmer. Einerseits durch mittel- und erst recht langfristige Reduktion der Produktionskosten. Aber viel mehr noch durch einen deutlichen Imagezuwachs im Markt. Die Attraktivität für potentielle Kunden wächst erheblich. Mit Maschinen oder Workflows kann man sich kaum noch auf dem Markt differenzieren. Durch die Faktoren Qualitätssicherung und -Management plus Nachhaltigkeitsstrategien dagegen sind wesentliche Voraussetzungen geschaffen, sich dem Wettbewerb zu stellen – erfolgreich und nachhaltig.«

Wir werden in der nächsten Ausgabe weiter über diese brisante Thematik berichten: mit praktischen Beispielen von Druckereien und den Initiativen der Druckmaschinenhersteller, die Effizienz nicht nur beim Druck, sondern auch beim Umweltschutz zu steigern.