



Nachhaltigkeit im Druck

Go Ahead

Die Zukunft der Branche
im digitalen Zeitalter

Nachhaltigkeit

Umweltfreundliche
Papierherstellung

YoungStars

Nachhaltige Geschenkideen
aus Effektpapier



DRUCK MEDIEN TAG

St. Pölten

10.-11.
Oktober 2024

**PAPIER
UND PIXEL**
Die neue Drucklandschaft

Der Druck Medien Tag 2024 lädt Sie ein, Teil der inspirierenden Diskussion über die Zukunft des Drucks zu sein.

Tauchen Sie ein in einen interaktiven Dialog mit Expert:innen und Kolleg:innen – und entdecken Sie, wie wir gemeinsam eine nachhaltige, innovative und vernetzte Drucklandschaft gestalten können.

Diskutieren Sie mit zu Themen wie dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Druckproduktion, nachhaltigen Praktiken in der Papiererzeugung und der Bedeutung von Print in der visuellen Kommunikation in Zeiten der Digitalisierung.



Hier anmelden
druckmedien.at/dmt2024

Go Ahead

- 12 Die Zukunft der Branche im digitalen Zeitalter

Frisch gedruckt: Für Sie gelesen

- 22 Nachhaltig drucken
- 23 Handbuch ESG-Berichterstattung

Young Stars

- 11 Nachhaltige Geschenkideen aus Effektpapier

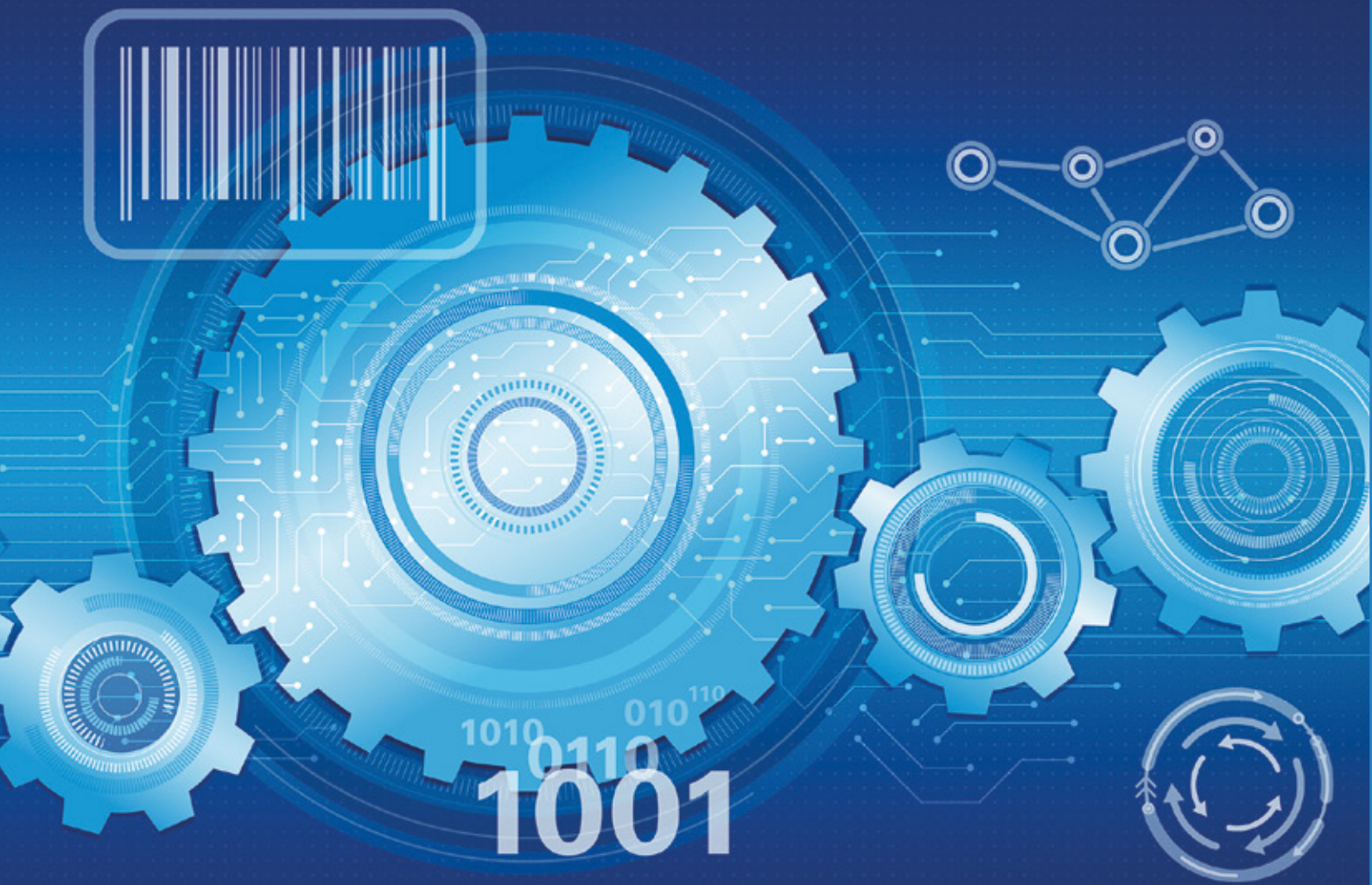
Nachhaltigkeit

- 6 Öko-Dschungel
- 8 Ist Nachhaltigkeit ein Wettbewerbsvorteil?
- 17 Nachhaltige Papiererzeugung
Lenzing Papier
- 19 ClimatePartner
- 20 Die Umweltkampagne der deutschen
Druck- und Medienverbände

Internes

- 3 Editorial
- 14 3. Aktionswoche der offenen
Druckereien
- 24 Veranstaltungstipps, Impressum

DRIVING THE DIGITAL TRANSFORMATION



HD

HUNKELER
INNOVATIONDAYS
24. – 27. FEB. 2025

Müller Martini ist in der grafischen Industrie führender Anbieter von Systemlösungen im Bereich digitaler Transformationsprozesse – sowohl für die Smart Factory als auch für konventionell produzierende Kunden.

MÜLLER MARTINI



Liebe Leserinnen und Leser,

insbesondere wenn es um Nachhaltigkeit geht, hat die Druck- und Medienwirtschaft seit vielen Jahren eine Vorreiterrolle. Und der Trend zu nachhaltigen Produktionen zieht sich entlang der gesamten Wertschöpfungskette: So werden für Printprodukte entgegen landläufigen Mythen keine Naturwälder gerodet. Die Frischfasern für Papier kommen überwiegend aus Durchforstungsholz und Sägewerksabfällen. Papierfasern können zudem bis zu sieben Mal wiederverwendet werden und bieten so einen guten Rohstoff für neues Recyclingpapier.

Die Produzenten von Zeitungen, Büchern, Haushalts- und Hygieneartikeln, Verpackungen und vielem mehr arbeiten mit dem deutlich günstigeren Rohstoff Altpapier. Zeitungen sind heute zu 100 Prozent recycelbar bzw. werden aus Altpapier hergestellt.

In der Druckproduktion selbst wird zudem bereits beim Einsatz verschiedener Materialien (Papier, Pappe, Farben, Lacke, Klebstoffe) darauf geachtet, dass diese den Recyclingprozess nicht behindern bzw. dass sie recyclebar sind. Dadurch werden viele Ressourcen, wie z. B. Wasser und Energie, eingespart. Haben Sie übrigens gewusst, dass Druckprodukte weniger als ein Prozent der Gesamtemissionen ausmachen? Der CO₂-Fußabdruck von Printprodukten ist also verhältnismäßig gering.

In der aktuellen Ausgabe unseres druck medien Magazin geben wir Ihnen unter anderem einen kleinen Wegweiser durch den Öko-Dschungel, stellen die Umweltkampagne der deutschen Druck- und Medienverbände vor und zeigen, dass sich Nachhaltigkeit nicht nur auf den ökologischen Bereich beschränkt.

Viel Spaß beim Lesen!

Ihr Gerald Watzal

Präsident Verband Druck Medien



UMWELT BEWUSST GEDRUCKT

Die Kampagne der Verbände
Druck und Medien – mit
allen wichtigen Infor-
mationen und Fakten zur
Nachhaltigkeit von Print.

www.umweltbewusstgedruckt.de

Verband
Druck + Medien

Partner*innen Verband Druck Medien

MÜLLER MARTINI



ARCTIC PAPER

be print
powered by leadprint[®]

C CHROMOS
GROUP

ferag...

FUJIFILM
Value from Innovation

gmg color



KONICA MINOLTA

LENZING
PAPIER

mondi

PRINTPLUS
Software, die begeistert.

RICOH
imagine. change.

sappi

technoIT/Services

BERBERICH
PAPIER

Canon

ECO

HEIDELBERG

Horizon

MCA PRO
Inkjet und mehr

IGEPA
Vielfalt. Service. Mehrwert.

ÖÖNachrichten

print and
Publishing

Werden auch Sie Partner*in!

Alle Vorteile einer Partnerschaft finden Sie auf unserer Website unter www.druckmedien.at/partnerschaft

oder rufen Sie uns an unter: +43 1 512 66 09 23

Öko-Dschungel?

Druckereien können viele Umweltzertifikate erwerben.
Wir bringen Licht ins Dunkel.

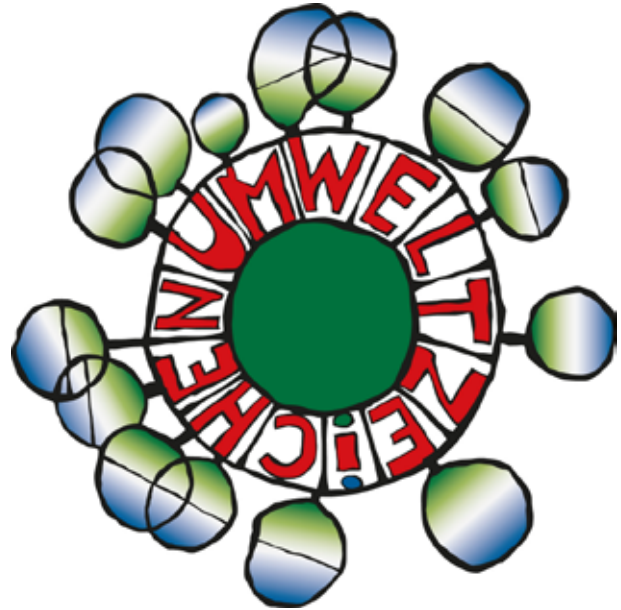
Österreichisches Umweltzeichen

Dafür steht es

Das Österreichische Umweltzeichen gilt als Garant für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen. Es liefert der Öffentlichkeit Informationen über die Umweltbelastung von Verbrauchsgütern durch deren Herstellung, Gebrauch und Entsorgung. Ausgezeichnet werden nur jene Produkte, die auch eine angemessene Gebrauchstauglichkeit und Qualität aufweisen.

Dafür steht es nicht

Das Österreichische Umweltzeichen garantiert keine ausschließliche Produktion in Österreich, auch Betriebe aus dem Ausland können mit dem Umweltzeichen ausgezeichnet werden.



EU Ecolabel

Dafür steht es

Das EU Ecolabel ist ein grenzüberschreitendes Umweltgütesiegel, das im gemeinsamen europäischen Markt als einheitliche Kennzeichnung für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen dient.

Die nach dem EU Ecolabel zertifizierten Produkte zeichnen sich durch besondere Umweltfreundlichkeit, Langlebigkeit und höchste Qualität aus. Übrigens: Die Kriterien des Österreichischen Umweltzeichens und des EU Ecolabels sind bereits in vielen Bereichen harmonisiert.

Dafür steht es nicht

Das EU Ecolabel garantiert nicht die ausschließliche Produktion in der EU. Auch innerhalb der EU in Verkehr gebrachte Produkte aus Drittstaaten können die Auszeichnung erwerben.

FSC – Forest Stewardship Council

Dafür steht es

Die vom Forest Stewardship Council® eingeführte FSC®-Zertifizierung gewährleistet, dass die auf Holz basierenden Rohstoffe der Produkte, gemäß der FSC®-Standards, aus Wäldern mit einer nach sozialen und ökologischen Kriterien kontrollierten verantwortungsvollen Forstwirtschaft oder aus Recyclingmaterial stammen. In geringem Maße können Materialien aus kontrollierten Quellen beigemischt werden. Darüber hinaus gibt es das FSC-Recycled-Zeichen für Papiere aus 100 % Recyclingmaterial.

FSC® wurde mit dem Ziel gegründet, Wälder nachhaltig und vorbildlich zu bewirtschaften. Illegale Holznutzung und Waldzerstörung sind in Wäldern, die an diesen Programmen teilnehmen, verboten.

Dafür steht es nicht

Eine FSC®-Zertifizierung steht nicht automatisch für eine energieeffiziente oder umweltfreundliche Produktion des Papiers oder eine besonders umweltfreundliche Herstellung.



PEFC – Endorsement of Forest Certification

Dafür steht es

Die vom Programme for Endorsement of Forest Certification™ eingeführte PEFC™-Kennzeichnung verifiziert, dass die auf Holz basierenden Rohstoffe der Produkte aus Wäldern stammen, die gemäß einer der Zertifizierungsanforderungen von PEFC™ zertifiziert wurden oder die Kriterien der PEFC™ Kontrollkettenstandards erfüllen.

PEFC wurde mit dem Ziel gegründet, Wälder nachhaltig und vorbildlich zu bewirtschaften. Illegale Holznutzung und Waldzerstörung sind in Wäldern, die an diesen Programmen teilnehmen, verboten.

Dafür steht es nicht

Eine PEFC-Zertifizierung steht nicht automatisch für eine energieeffiziente oder umweltfreundliche Produktion des Papiers oder eine besonders umweltfreundliche Herstellung in der Druckerei.

Ist Nachhaltigkeit ein Wettbewerbsvorteil?

Was bringt Corporate Social Responsibility?

Corporate Social Responsibility begreift sich für ein Unternehmen als das Übernehmen von Verantwortung für Gesellschaft, Umwelt und die Menschen im Betrieb, und zwar über das gesetzlich vorgegebene Maß hinaus.

Diese gelebte Nachhaltigkeit ist für die meisten Druckerei-Unternehmerinnen und -Unternehmer in Österreich eine Selbstverständlichkeit, da sie dem Grundinteresse des Betriebes entspricht – nämlich einer langfristigen Entwicklung.

Nachhaltigkeit besteht aus drei Säulen:

- Die wirtschaftliche Nachhaltigkeit
- Die ökologische Nachhaltigkeit
- Die soziale Nachhaltigkeit

Die wirtschaftliche Nachhaltigkeit eines Betriebes ist dabei die wichtige Basis. Ohne Gewinne kann das Unternehmen nicht längerfristig betrieben werden.

Wie hoch diese Gewinne sein sollen, steht immer unter Diskussion. Die Vertreter der „Shareholder Value“ argumentieren, dass ein Unternehmen immer zunächst einmal Zinsen für alle Kapitalgeber erwirtschaften muss. Sonst wird nämlich niemand in das Unternehmen investieren. Will das Unternehmen wachsen, benötigt es darüber hinaus zusätzlichen Gewinn, der investiert werden kann. Solche „Übergewinne“ werden aber seit einigen Jahren sehr kritisch hinterfragt, insbesondere wenn sie durch Ausbeutung der Konsumentinnen entstehen.

Innovation, Material & Qualität

Der Ruf nach einer optimalen Nutzung der Rohstoffe entspricht direkt der

betriebswirtschaftlichen Sichtweise. Jede Reklamation ist eine Verschwendung von Zeit, Geld, Nerven und Material. Und jede Reklamation kann verhindert werden, wenn vor dem Auftrag ausreichend Zeit in das intelligente Durchdenken investiert wird. Standardisierte Abläufe und eine dokumentierte Qualität erscheinen zunächst als Mehrarbeit – was sie auch sind, aber im Sinne von sinnvoll investierter Zeit. Längerfristig gesehen rechnet sich standardisiertes Arbeiten durch geringere Reklamationen.

Investitionen in Nachhaltigkeit

Immer wieder zeigt sich, dass Unternehmer, die bewusst nachhaltig arbeiten, auch erfolgreich sind. Ein intelligent gebautes Betriebsgebäude, das zunächst mehr gekostet hat, aber im laufenden Betrieb weniger Energie benötigt, rentiert sich in einigen Jahren. Und der Unternehmer, der entgegen der heute vorherrschenden „kurzfristig“ denkenden Methode plötzlich „nachhaltig“ und damit langfristig gedacht hat, erarbeitet einen konkreten wirtschaftlichen Vorteil in einer überschaubaren Zeit und einen return on investment.

Wiederum zeigen österreichische Klein- und Mittelbetriebe in der Praxis, dass sie hier längerfristig denken und nicht auf kurzfristige Übergewinne aus sind.

Ist Nachhaltigkeit im sozialen und ökologischen Bereich auch ökonomisch sinnvoll?

Einige Zeit wurde der wissenschaftliche Nachweis versucht, dass Engagement im Umwelt und Sozialbereich einen positiven Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit eines Unternehmens hat. Heute ist klar, dass das nicht automatisch passiert. Aber

von
**Christian
Handler**

es gibt eine Reihe von guten Argumenten, hier längerfristig denken:

Kunde & Verkauf

Die Entwicklung langfristiger Kundenbeziehungen, die auf Basis von gegenseitiger Wertschätzung funktionieren, kann als nachhaltiges Wirtschaften im Bereich Verkauf gesehen werden.

Nur Unternehmen, die zum Partner des Kunden werden und die Bedürfnisse des Kunden verstehen, können heute noch erfolgreich sein. Das bedeutet zunächst Zeit und damit Kosten, die man für den Kunden investiert; das heißt ebenso, dass manchmal auf den kurzfristigen Nutzen verzichtet wird, um den Kunden langfristig zu binden.

In diesem Zusammenhang zeigt sich auch, dass sich längerfristig der Preis als einziges Einkaufsargument nicht durchsetzen kann. Geiz ist zwar kurzfristig geil, zahlt sich aber längerfristig nicht aus. Eine Lieferantenbeziehung, die längerfristig mehr Nutzen bringt, ist besser als eine, die kurzfristig

„billig“ einkauft. Aufgabe des Verkaufs ist, diese Tatsache dem Kunden immer vor Augen zu führen.

Personal & Ausbildung

Auf der menschlichen Ebene ist nachhaltiges Denken ein wichtiger Managementfaktor. Es bewährt sich eine nachhaltige Personalpolitik, die Mitarbeiter/innen nicht „verheizt“, sondern sie laufend begleitet, um sie nicht nur kurzfristig „nutzen“ zu können. Die laufende Ausbildung ist dabei ein wichtiger Faktor einer nachhaltigen Sichtweise der Personalpolitik. Coaching und das Aufzeigen von Entwicklungsmöglichkeiten ist ein wichtiger Bestandteil moderner Führung geworden.

Nachhaltiges Wirtschaften hat konkrete Vorteile gegenüber kurzfristigen Überlegungen. Schwierigkeiten machen da eher die Pensions- und Arbeitszeitgesetzgebung. Diese stehen wirklich kreativen und für beide Seiten sinnvollen Konstruktionen im Bereich der Arbeitszeitgestaltung und der längerfristigen nachhaltigen Personalpolitik im Weg.

Der nachhaltige Ansatz ist also nicht nur etwas für den „Öko-Freak“, sondern ein Instrument für erfolgreiche Unternehmen



**ÖSTERREICHISCHES
CSR-GÜTESIEGEL
FÜR DRUCKEREIEN**

ÖKONOMISCH – ÖKOLOGISCH – SOZIAL

Österreichische Druckereien sind unverzichtbar für eine nachhaltige Produktion

Stärken Sie Ihre Position am Markt!

Mit dem CSR-Gütesiegel für Druckereien zeigen Sie ökonomisches, ökologisches und gesellschaftliches Engagement. Erhöhen Sie die Attraktivität Ihres Betriebes – für bestehende und zukünftige Mitarbeiter:innen und Partner:innen!





KONICA MINOLTA

NUTZE DEINE MÖGLICHKEITEN

Wie kann Print heute noch seine volle Wirkung entfalten, wenn überall Massenprodukte die Sinne fluten?

Ganz einfach: Schöpfe Dein gesamtes Potential aus und entdecke die Welt von GLAMPRINT. So wird Print zum einmaligen Erlebnis, denn die Zeit ist reif für mehr Glamour.



GLAMPRINT!

Code scannen, einsteigen und die spannende Welt von **GLAMPRINT** erleben!



glamprint.at

Giving Shape to Ideas

Ernst Glatz

Thomas Lagler

Alfred Wittwer

Stefan Bachmayer

Adrian Meyer

Daniel Hämmerle

Markus Konz

Heinrich Maag



CHROMOS ÖSTERREICH STEHT FÜR INNOVATIVE LÖSUNGEN IM AKZIDENZ-, ETIKETTEN- UND VERPACKUNGSDRUCK.

JAHRZEHNTELANGE BRANCHENERFAHRUNG UND EXZELLENTES SERVICEMANNESCHAFT INKLUSIVE.



CHROMOS.AT

CHROMOS
ÖSTERREICH

Nachhaltige Geschenkideen aus Effektpapier

Diplomarbeit an der Druck- und Medientechnik an der „Graphische“

Durch kreativen Einsatz von Effektpapier sollte die Produktpalette des Partnerunternehmens erweitert und neue Zielgruppen angesprochen werden. Weiters sollte die Kompetenz der Teammitglieder im Bereich der Papierverarbeitung und in angrenzenden Gebieten durch das eigenständige Arbeiten erweitert werden.

Mit diesem Projekt sollte Schenken nicht nur aufregender, sondern auch nachhaltiger werden.

Ausgangslage

Für den Geschenkehandel sollten dekorative und nachhaltige Ideen aus Effekt- und Samenpapier entwickelt werden. Auf dem Markt gibt es viele verschiedene Geschenkartikel, jedoch sind diese meist nicht wirklich nachhaltig und verursachen auch eine Menge Abfall.

Ziel des Projektes war die Produktion verschiedener Artikel, die auf den Grundsätzen Zero-Waste und Umweltfreundlichkeit aufbauen.

Individuellen Themenstellungen

Im Rahmen des Projektes wurden durch Laborversuche verschiedenste Effektpapiere entwickelt.

Diese Papiere wurden anschließend in nachhaltige Geschenkverpackungen und einer Geschenkidee weiter verarbeitet.



Vanessa Hubmann

kreierte ein Geschenkpapier, das ohne Schere und Kleber verwendet werden kann und Glückwunschkarten aus Effektpapier für verschiedene Anlässe.

Julija Mladenovic

konstruierte eine wasserfeste und dekorative Geschenkverpackung, die zu einer „Blumenkiste“ für das Fensterbrett umgebaut werden kann.

Ergebnisse des Projekts

Es wurden Verpackungslösungen aus selbst hergestellten Papierinnovationen konzipiert. Mit dem Projekt wurde analysiert, wie nachhaltig sich die geplanten Effekte umsetzen lassen und welche verschiedenen Möglichkeiten für den Einsatz von Effektpapieren in Frage kommen. Die Produkte werden so gestaltet, dass sie miteinander kombiniert werden können.

Die Zukunft der Branche im digitalen Zeitalter

ein datengesteuerter Ansatz



Mario Derntl, BA.
Mutmacher, Autor & Redner

Im Kontext der dynamischen Veränderungen innerhalb der Druckbranche zeichnet sich ein klarer Weg: die Anpassung an die Bedürfnisse und Wünsche der Generation Z.

Diese Generation, geprägt durch ihre digitalen Präferenzen und den Wunsch nach einer ausgewogenen Work-Life-Balance, fordert von der Arbeitswelt Flexibilität, Sinnhaftigkeit und Entwicklungsmöglichkeiten. Die Ergebnisse der Ö3-Jugendstudie, welche ein großes Sample junger Menschen umfasst, bieten uns einen wertvollen Einblick in diese Präferenzen. Sie verdeutlichen, dass ein Drittel der Befragten eine Vier-Tage-Woche bevorzugt, 75 % der Lehre eine hohe Bedeutung beimessen und großes Interesse an sinnvoller Arbeit sowie Karrierechancen zeigen.

Bei Talents and Company (T&C) verstehen wir die transformative Kraft von Daten in diesem Kontext. Durch den Einsatz von Datenanalyse erfassen wir die Trends und Muster im Verhalten und in den Präferenzen der Generation Z. Diese Einblicke nutzen wir, um maßgeschneiderte Ausbildungsprogramme zu entwickeln, die nicht nur den aktuellen Marktanforderungen entsprechen, sondern auch die individuellen Bedürfnisse junger Talente berücksichtigen. Unser datengesteuerter Ansatz kombiniert quantitative Daten, wie Suchtrends und Engagement-Raten, mit qualitativem Feedback aus Umfragen und Fokusgruppen. Ziel ist es, Ausbildungswege zu gestalten, die Bildung, Inspiration und langfristige Bindung fördern.

Die Bedeutung von Daten geht über die bloße Analyse hinaus. Sie dienen als Fundament für die zukunftsorientierte und nachhaltige Gestaltung der Lehrlingsausbildung.

Die Zukunft der Druckbranche liegt auch in einer Anpassung an die Bedürfnisse der Generation Z.

Als Beratungsunternehmen im Bereich der Lehrlingsausbildung nutzen wir Daten, um messbare Verbesserungen aufzuzeigen und die Erfahrung mit technologischen Ansätzen zu optimieren. In einer Zeit, in der die richtigen Informationen entscheidend sind, unterstützen wir unsere Kund:innen dabei, datenbasierte Entscheidungen zu treffen und ihre Strategien entsprechend anzupassen.

Die Rolle sozialer Medien und die Bedeutung von Sicherheit und Wertschätzung

Soziale Medien spielen eine entscheidende Rolle im Recruiting und in der Ausbildung von Lehrlingen. Plattformen wie WhatsApp, YouTube und Instagram ermöglichen es uns, junge Talente direkt anzusprechen und authentische Einblicke in unsere Unternehmen zu bieten. Diese Tools sind nicht nur für die Reichweite wichtig, sondern auch für die Schaffung einer Kultur, die junge Menschen in ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung unterstützt.

Zudem zeigen zahlreiche Umfragen, dass Sicherheit, Wertschätzung und ein gutes Arbeitsklima die wichtigsten Faktoren für

Mario Derntl

Österreichs führender **Lehrlingsexperte** (orf, 2021), leitete von 2019 - 2023 den Aufbau von **zukunft.lehre.österreich**, der größten Lehrlingsinitiative des Landes, und bereichert die Debatte über die Zukunft der dualen Ausbildung.

Arbeitnehmer:innen in Österreich sind. Diese Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit, Arbeitsumgebungen zu schaffen, die flexibel, unterstützend und wertschätzend sind, insbesondere für die nächste Generation an heute und morgen in Ausbildung stehenden Fachkräften.

Fazit

Die Zukunft der Druckbranche liegt auch in einer Anpassung an die Bedürfnisse der Generation Z. Durch den Einsatz von Datenanalyse und sozialen Medien, gepaart mit einem Verständnis für die Wünsche nach Sicherheit, Wertschätzung und Flexibilität, können wir nicht nur den aktuellen Fachkräftemangel adressieren,

sondern auch eine attraktive und zukunftsorientierte Branche für junge Talente schaffen. Die Druckbranche steht somit vor einer spannenden Transformation, die durch Daten und digitale Tools unterstützt wird.

Die Herausforderung besteht darin, diese Möglichkeiten zu nutzen, um Ausbildungsprogramme und Arbeitsumgebungen zu schaffen,

die sowohl den Bedürfnissen der jungen Generation entsprechen, als auch die langfristige Bindung an die Branche fördern.

Durch ein besseres Verständnis der Generation Z und der Anwendung datengesteuerter Ansätze kann die Druckbranche aktuelle Herausforderungen meistern und auch als Vorreiter in der Entwicklung zukunftsweisender Ausbildungs- und Arbeitsmodelle agieren.

Als Talents&Company wollen wir allen Mitgliedsunternehmen des Verband Druck Medien ein exklusives Screening der Lehrlingsausbildung inklusive Förderabwicklung anbieten.

*Bitte dazu melden unter:
office@talentsandcompany.at*

inkjet

toner



Zwei führende Technologien Ein Partner

Eine 60-jährige Geschichte in der Toner-Entwicklung einerseits, branchenführende Inkjet-Technologien andererseits: Fujifilm ist in der einzigartigen Position, Ihnen das Beste aus beiden Welten zu bieten.

Entdecken Sie den Unterschied. Mit Fujifilm.





3. Aktionswoche der offenen Druckereien

Mit dem Tag des Drucks am 20. Mai endet die dritte Aktionswoche des Verband Druck Medien Österreich. Rund 1.2000 Schüler:innen besuchten auch diesmal Druckereien in ganz Österreich und ließen sich durch die bunte und digitale Welt des Drucks führen.

Wie kommt der Druck in das Buch? Wie werden Müslipackungen gemacht? Wie schwer ist Papier? Oder wie entsteht aus einer Idee eine Druckdatei? Diese Fragen und vieles mehr konnten die Teilnehmer:innen der dritten Aktionswochen direkt bei den Herstellern klären. Rund 1.200 Schüler:innen von der Volksschule bis zu berufsbildenden höheren Schulen nahmen an der dritten Aktionswoche teil und besuchten

eine der 26 teilnehmenden Druckereien. Viele Druckereien hatten mehrere Schulklassen zu Gast. Besonders groß war der Andrang bei der **VVA, Vorarlberger Verlagsanstalt in Dornbirn (V)**, die in der Aktionswoche gleich fünf verschiedene Schulen und acht Schulklassen durch das Unternehmen führte. Sechs Schulklassen besuchten **Green Print Osttirol in Lienz (T)** und je vier Klassen waren bei **ÖKI Österreichische Kuvertindustrie in Hirm (B)**, bei **Offset 5020 in Salzburg**, bei **Salzkammergut-Media in Gmunden (OÖ)**, sowie beim **Druckhaus Scharmer in Feldbach und Fürstenfeld (St)**.



Digital und kreativ

„Druck- und Medienbetriebe machen Ideen und Geschichten sichtbar und angreifbar. In der Aktionswoche haben sie die Türen ihrer Produktionshallen geöffnet und zeigen, wie sie arbeiten,“ sagt Peter Sodoma, Geschäftsführer des Verband Druck Medien. Wie wichtig dieser Schritt ist, zeigt das Feedback der Teilnehmer:innen. Viele seien überrascht, dass die Druck- und Medienbranche so digital und kreativ ist und Nachhaltigkeit eine so große Rolle spielt. Die Druck- und Medienbranche bietet viele spannende Berufsbilder, von Druckvorstufentechnik und Drucktechnik bis zur Endverarbeitung, von

Lehrlingen bis zu Fachkräften und Management.

„Wer in die Druck- und Medienbranche einsteigen möchte, kann eine Lehre machen, eine höhere berufsbildende Schule oder eine Fachhochschule bzw. Universität absolvieren. Aber auch Quereinsteiger können ihre Berufung finden. Wichtig sind ein technisches Verständnis, ein gutes Auge und die Liebe zum Druck“, berichtet Sodoma. Die Faszination für Gedrucktes ist auf jeden Fall schon auf die Teilnehmenden der Aktionswoche übergesprungen.



Danke an alle Druckereien der Aktionswoche

- Franz Barta GmbH, 1150 Wien
- Mediaprint Zeitungsdruckerei, 1230 Wien
- Dataform Print, 2203 Großebersdorf
- VSC Direktwerbung, 2345 Brunn am Gebirge
- Print Alliance, 2540 Bad Vöslau
- druck.at, 2544 Leobersdorf
- Druckerei Ferdinand Berger & Söhne, 3580 Horn
- Druckerei Janetschek, 3580 Heidenreichstein

- Kontext Druckerei GmbH, 4020 Linz
- Salzkammergut-Media, 4810 Gmunden
- Estermann GmbH, 4971 Auzolzmünster

- Offset 5020, 5071 Wals-Siezenheim
- Latzer Grafik & Druck GmbH, 5760 Saalfelden

- Bellutti Druck, 6020 Innsbruck
- Hutter Druck, 6380 St. Johann

- Vorarlberger Verlagsanstalt, 6850 Dornbirn
- Walstead Leykam Druck, 7201 Neudörfel
- ÖKI Österreichische Kuvertindustrie, 7024 Hirn

- Winkler Kuvert GmbH, 8020 Graz
- druckhaus scharmer GmbH, 8280 Fürstenfeld
- druckhaus scharmer GmbH, 8330 Feldbach

- Hermagoras-Mohorjeva, 9073 Viktring
- Glandruckerei Marzi, 9300 St. Veit/Glan
- Seebacher GmbH, 9620 Hermagor

- Green Print Osttirol, 9900 Lienz
- Oberdruck GmbH, 9991 Dölsach

Save the Date

Die Aktionswoche 2025 findet von 19. bis 23. Mai 2025 statt!

OÖ Nachrichten

Nr. 01 | UNABHÄNGIG | WWW.NACHRICHTEN.AT

Die beste Wahl für
Ihre Sichtbarkeit!

413.000*

Leserinnen und Leser

116.527**

verbreitete Exemplare täglich

2.211.339***

Unique Clients/Monat

Jetzt
buchen!



Die OÖNachrichten sind der ideale Partner für Ihren Werbeerfolg in Oberösterreich. Sonderwerbformen wie Tip-on-Cards, Cover Sticker und Anzeigen zu zielgruppenspezifischen Themenbereichen, unsere 6 Lokalausgaben, die Wochenendausgaben, Beilagen unter der Woche, umfangreiche Sonderprodukte uvm. sowie zahlreiche Online-Werbeformen ermöglichen Ihnen, Ihre Werbung zielgenau zu platzieren.

*Media-Analyse 2023, CMR, Tageszeitungen oberösterreichweit, Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen, 2.301 Interviews, Jan – Dez 2023, Schwankungsbreite +/- 1,9

**ÖAK, JS 2023, verbreitete Auflage Inland, Mo – Sa, davon 18.206 ePaper

***ÖWA, Einzelangebot, Juni 2024

Nachhaltige Papiererzeugung

Lenzing Papier GmbH



Dipl.-Ing. Ernst Brunbauer

Die nachhaltige Erzeugung von Recyclingpapier ist das zentrale Thema der Papierherstellung in Lenzing.

Ein besonderer Schwerpunkt liegt hierbei auf dem Recycling von Altpapier unter der Nutzung von Energie, die vorwiegend aus biogenen Brennstoffen gewonnen wird. Diese Art der Energieerzeugung ist nicht nur umweltfreundlich, sondern auch ein wesentlicher Bestandteil der Strategie zur Minimierung des CO₂-Fußabdrucks der Papierproduktion

Papier ist grundsätzlich ein nachhaltiges Produkt. Die Produktionsprozesse sowie die verwendeten Materialien tragen erheblich zum ökologischen

konventionellen

Deinking-Prozessen – dem Entfernen von Druckfarben aus Altpapier – standardmäßig Chemikalien eingesetzt werden, setzt man in Lenzing auf innovative Alternativen. Speziell entwickelte Enzyme übernehmen hier die Aufgabe der Chemikalien und ermöglichen eine schonende Reinigung des Papiers. Als Produkte der Natur wirken diese nicht nur effizient, sondern sind auch biologisch ganz leicht abbaubar.

Die nachhaltige Papiererzeugung in Lenzing ist nicht nur eine technische Herausforderung, sondern auch ein bedeutender Beitrag zur Erhaltung

Die nachhaltige Erzeugung von Recyclingpapier in Lenzing ist ein gelungenes Beispiel dafür, wie traditionelle Industrieprozesse durch den Einsatz moderner Technologien und erneuerbarer Energien umweltfreundlicher gestaltet werden können.

Fußabdruck eines Druckwerks bei. Insbesondere der Energiebedarf, die Trocknung sowie die Auswahl der Rohstoffe spielen dabei eine entscheidende Rolle. Durch die Fokussierung auf biogene Brennstoffe gelingt es in Lenzing, den Energiebedarf der Papierproduktion auf eine umweltfreundliche Basis zu stellen. Diese Brennstoffe stammen im Wesentlichen aus der Zellstoffproduktion. Sie tragen dazu bei, fossile Energieträger zu ersetzen und CO₂-Emissionen erheblich zu senken.

Der schonende Einsatz von Chemikalien

Ein weiterer wichtiger Aspekt der nachhaltigen Papiererzeugung in Lenzing ist der schonende Einsatz von Chemikalien. Während in

unserer Umwelt. Die Mitarbeiter sind sich der Bedeutung ihrer Arbeit bewusst und stolz darauf, einen sinnstiftenden Beitrag zu leisten. Sie arbeiten motiviert daran, die Prozesse stetig zu verbessern und setzen sich dafür ein, dass die Papierproduktion nicht nur wirtschaftlich erfolgreich, sondern auch ökologisch verantwortungsvoll gestaltet wird.

Dipl.-Ing. Ernst Brunbauer

ist seit 2008 Hauptgesellschafter und Geschäftsführer der Lenzing Papier GmbH.

Golden Pixel Award

25

Der Wettbewerb für Österreichs
Druck- und Medienindustrie.

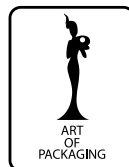
www.golden-pixel.eu

Print^{and}
Publishing

Print^{and}
Publishing
Europe

VISUAL
COMMUNICATION

Packaging
AUSTRIA



EUROPEAN
MEDIA GROUP

EMGroup GmbH

Meytensgasse 27, 2. Stock | 1130 Wien | Austria
T +43-1 983 06 40 | F +43-1 983 06 40-18
E office@europeanmediagroup.at

ClimatePartner

Ihr Partner im Klimaschutz

Der Klimawandel erfordert dringende Maßnahmen, und Unternehmen spielen eine entscheidende Rolle auf dem Weg zu Net Zero.

ClimatePartner ist führender Anbieter im unternehmerischen Klimaschutz: Mit unserer Lösung aus Software und Beratung unterstützen wir Kunden dabei, das Klima zu schützen.

So können Unternehmen ihre Carbon Footprints für sich oder den ihrer Produkte berechnen, Ziele für die Emissionsreduktion setzen, Reduktionen erreichen und Klimaschutzprojekte finanzieren. ClimatePartner unterstützt sie dabei bis zur Kommunikation ihres Klimaschutzengagements.

Mit über 500 Mitarbeitenden in Barcelona, Berlin, Boston, Essen, Frankfurt, London, Mailand, München (HQ), Paris, Stockholm, Den Haag, Wien und Zürich unterstützen wir mehr als 6.000 Unternehmen aus über 60 Ländern.

ClimatePartner bietet Druckereien umfassende Dienstleistungen ClimatePartner-Zertifizierung

Diese Zertifizierung schafft Transparenz über die gesamte Klimaschutzstrategie eines Unternehmens. Sie bestätigt, dass ein Unternehmen seinen CO₂-Fußabdruck oder den ihrer Produkte berechnet, Reduktionsziele definiert, Emissionen kontinuierlich reduziert, Klimaschutzprojekte finanziert und diese Schritte transparent kommuniziert. Das ClimatePartner-zertifiziert-Label und

die zugehörige Climate-ID-Website machen die Klimaschutzstrategie von Unternehmen sichtbar und ermöglichen eine glaubwürdige Kommunikation.

Druckrechner

Der Druckrechner ermöglicht Druckereien, den CO₂-Fußabdruck jeder Bestellung zu ermitteln und international zertifizierte Klimaschutzprojekte in Höhe der berechneten Emissionen finanziell zu unterstützen. Das Label Druckprodukt mit finanziellem Klimabeitrag enthält eine eindeutige ID-Nummer. Über diese Nummer und die zugehörige URL ist die Finanzierung nachvollziehbar, die Menge CO₂ und das Klimaschutzprojekt sind transparent einsehbar.

Beratungsleistungen zur Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

ClimatePartner bietet eine Reihe von maßgeschneiderten Beratungsleistungen an, die Unternehmen bei der Vorbereitung und Einhaltung der CSRD unterstützen.

Erfahren Sie mehr auf www.climatepartner.com

Unternehmen können ihre Carbon Footprints für sich oder ihre Produkte berechnen

Die Umweltkampagne der deutschen Verbände

Im Frühjahr 2024 haben der deutsche Bundesverband Druck und Medien e.V. (BVDM) und seine acht Landesverbände die Kampagne zur Nachhaltigkeit von Print gestartet. Unter dem Motto „Umwelt. Bewusst. Gedruckt.“ sollen mit belegbaren Argumenten und umfassenden Materialien Vorurteile über Druckprodukte bei Kund:innen, Entscheider:innen, Medien, Meinungsbildner:innen und Politik abgebaut werden.

Hauptbestandteile der langfristig angelegten Kommunikation sind eine Themen-Website, eine Broschüre, Anzeigen, Plakatmotive, Social-Media-Angebote sowie Mailings, z. B. an politische Entscheider:innen. Gleichzeitig werden die Instrumente Mitgliedern der Verbände zur Verfügung gestellt. Diese können sie nach Bedarf mit ihrem Firmen-Logo versehen und für die eigene Kommunikation nutzen.

Erfolg durch starken Zusammenhalt

„Die Resonanz in der Branche war überwältigend“, freut sich Kirsten Hommelhoff, Hauptgeschäftsführerin des BVDM. „Die gesamte Branche steht vor einer Aufgabe, die die Verbände nicht allein, sondern nur im Schulterschluss mit ihren Mitgliedern bewältigen können. Und der Erfolg kommt schließlich allen zu Gute. Nachhaltigkeit ist bei Kund:innen immer gefragter und mittlerweile auch ein gutes Verkaufsargument für Druck- und Medienbetriebe.“

Für Print werden keine Naturwälder gerodet

Das Stammholz ausgewachsener Bäume ist viel zu wertvoll und daher zu teuer für die Papier-, Druck- und Medienwirtschaft. Es wird

vor allem für Häuser und Möbel verwendet. Frischfasern für die Papierherstellung stammen meist aus Sägewerksabfällen, Plantagen- oder Durchforstungsholz. Bei der Durchforstung von Wäldern nehmen Forstwirt:innen schwächere Bäume aus dem Wald, um den übrigen Bäumen bessere Wachstumschancen zu geben. Entgegen manchen Theorien ist das ein wichtiger Beitrag zur Stabilisierung der Wälder. Denn dadurch stehen den verbleibenden Bäumen mehr Wasser und Nährstoffe zur Verfügung. Zusätzlich regelt die europäische Holzhandelsverordnung den Holzimport nach Europa. So dürfen illegal geschlagenes Holz und Holzprodukte nicht in der EU in Verkehr gebracht werden.

Der Wasserverbrauch sinkt deutlich

Der Wasserverbrauch wird von den Unternehmen der Wertschöpfungskette Print ständig optimiert. Bei der Papierherstellung wird Wasser weitestgehend im Kreislauf gefahren und bis zu 90 Prozent wiederverwertet. Danach wird es in eigens betriebenen Kläranlagen gereinigt oder an kommunale Kläranlagen abgegeben, bevor es in die Natur zurückgeführt wird.

Der CO₂-Ausstoß für Print

Der CO₂-Wert aller Druckprodukte in Deutschland macht nicht mal 1 Prozent des Fußabdrucks einer durchschnittlichen Person aus, die sie pro Jahr hinterlässt. Mit dem Klimarechner der Verbände können die Unternehmen Transparenz bezüglich der Emissionen entlang der gesamten Lieferkette schaffen. Dabei werden Potenziale zur Reduzierung des Fußabdrucks erkannt und nicht vermeidbare Emissionen können kompensiert werden.



Altpapier ist kein Müll, sondern ein wertvoller Rohstoff

Benutztes Papier ist ein wertvoller Rohstoff. In der Druckproduktion wird bereits beim Einsatz verschiedener Materialien darauf geachtet, dass diese den Recyclingprozess nicht behindern bzw. dass sie recyclebar sind. Heute können Papierfasern – je nach angestrebtem Verwendungszweck – sehr oft wiederverwendet werden und bieten so einen wertvollen Rohstoff für neues Recyclingpapier. Im Laufe solcher Prozesse wird aus dem Papier einer Hochglanzbroschüre z. B. eine Zeitung, später eine Papiertüte und ganz zum Schluss Hygienepapier.

Auch unter ökologischen Aspekten ist Altpapier eine gute Wahl. Denn im Vergleich zur Papierproduktion aus Frischfasern werden für die Herstellung von Recyclingpapier nur etwa 50 Prozent an Energie und nur rund 33 Prozent der Wassermenge gebraucht.

Weitere Informationen zur Kampagne finden Sie unter: <http://www.umweltbewusstgedruckt.de>.

Verbraucher:innen werden in die Irre geführt

Immer wieder rufen Unternehmen oder Organisationen dazu auf, „der Umwelt zuliebe“ auf Druckprodukte zu verzichten. Tatsächlich jedoch sind es meist andere Gründe, die zur Abkehr von Print führen. Die digitale Kommunikation ist nicht die umweltfreundlichere Alternative zu Print. Sie hat einen enormen Bedarf an Energie und nicht-nachwachsenden Rohstoffen.

Studien belegen: Die Umweltfreundlichkeit hängt von der Art des Mediums, vom Nutzungsverhalten und von der Produktion ab.

Umweltbewusste Kund:innen können die CO₂-Emissionen durch den Erwerb entsprechender Zertifikate kompensieren.

Frisch gedruckt

Für Sie gelesen



Hermann Schmidt Verlag
ISBN: 978-3-7073-4796-8w
288 Seiten,
Format 12,7 × 19,0 cm
Gebunden als Dispersions-
Flexcover aus Leinen und
veganem Apfel-Leder

Nachhaltig drucken

Gestaltung umweltgerechter Druckprojekte

von Marko Hanecke

Das Buch von Marco Hanecke ist radikal in seinem Anspruch:

Es beginnt bei den bekannten Prinzipien der Nachhaltigkeit (auf Basis des klassischen Drei-Säulen-Modells: wirtschaftliche, ökologische und soziale Nachhaltigkeit) und warum CO₂-Emissionen eine wichtige Messgröße für ökologische Nachhaltigkeit sind.

Hier zeigt schon der Vergleich der CO₂-Emissionen von verschiedenen Konsumprodukten, dass Druckprodukte deutlich umweltfreundlicher sind, als oft kolportiert wird. Druckprodukte verursachen weniger als 1 Prozent der Emissionen der durchschnittlichen mitteleuropäischen Konsumenten:in.

Anschließend zeigt Hanecke die umweltgerechte Produktion von der Planung über die Papierwahl, die Relevanz

der verschiedenen Umweltzeichen bis zur nachhaltigen Druckproduktion.

Das Buch ist dabei erfreulich kreativ gestaltet, gedruckt und gebunden und versteht sich selbst als Beispiel nachhaltiger Produktion.

Fazit

Das Buch ist Pflichtliteratur für alle, die Druckprodukte beauftragen. Hanecke zeigt viele Aspekte der Nachhaltigkeit im Druckbereich und wirft dabei Thesen auf, die zur Diskussion anregen. Wie er selber anmerkt, wird die Leser:in nicht mit allen seinen Gedanken einverstanden sein. Doch Nachhaltigkeit ist kein Zustand, sondern ein Prozess, der laufend weiterentwickelt werden muss. Und so muss man nicht mit allen Details einverstanden sein, um dieses Buch zu lieben.

Handbuch ESG-Berichterstattung

von Tichy, Fuhrmann (Hrsg.)

Jedes Unternehmen wird sich in kurzer Zeit dem Thema der ESG-Berichterstattung stellen müssen. Die Vielfalt der Vorschriften – CSRD, ESRS, EU-Taxonomie, Lieferkettengesetz, GRI, GHG, SDGs – macht die Materie sehr unübersichtlich.

Der erste Teil des Buches stellt praxisnah für achtzehn ausgewählte Branchen die relevanten Anforderungen aus den unterschiedlichen Rahmenwerken für die interne und externe Unternehmensberichterstattung dar. Im zweiten Teil wird branchenunabhängig auf die Berichtserfordernisse der European

Sustainability Reporting Standards (ESRS) eingegangen.

Die übersichtlich dargestellten Branchenanalysen lassen sich gut auf andere Bereiche übertragen

Über die Herausgeber:innen

Dr. Georg Tichy ist Managementberater, Vortragender am WIFI und anderen Instituten.

Mag. Karin Fuhrmann ist Steuerberaterin, Lektorin an der Donau Universität Krems und Mitherausgeberin der Zeitschrift immo aktuell.



Linde Verlag
ISBN: 978-3-7073-4796-8
734 Seiten, Hardcover

sappi | **Magno**

Wer legt Wert darauf, dass Ihr Papier wirklich nachhaltig ist?

Sie (und Ihre Kunden)!

Sie benötigen Papier, das aus holzbasierten Rohstoffen hergestellt wird – einer nachwachsenden Ressource, die entscheidend ist für eine nachhaltige Zukunft und den Aufbau einer biobasierten Kreislaufwirtschaft.

Um stets nachhaltig unterwegs zu sein, haben Sie mit Magno ein Sortiment, das aus nachhaltig bewirtschafteten und zertifizierten Wäldern stammt.

All das bieten wir Ihnen mit Magno. Scannen Sie den QR-Code, um mehr zu erfahren.



www.sappi.com/magno

Termine und Veranstaltungen

Kompaktlehrgang Wirksam Führen

02
OKT
2024

BIS

02
OKT
2025

In der einzigen Führungskräfte-Ausbildung, die speziell auf die Druck- und Medienbranche ausgerichtet ist, erlernen sie in drei Modulen à zwei Tage ihre Führungsrolle und Ihre Führungsaufgaben zu erkennen.

Druck Medien Tag 2024

Papier und Pixel -

Die neue Drucklandschaft

10
OKT
2024

BIS

11
OKT
2024

Der Druck Medien Tag 2024 in St. Pölten lädt Sie ein, Teil der inspirierenden Diskussion über die Zukunft des Drucks zu sein.

Zeitungsdruck Teil 1: Materialkunde

16
OKT
2024

BIS

17
OKT
2024

Die Schwerpunkten im Teil 1 der Zusatzqualifizierung „Zeitungsdruck-Prozesstechniker:in“ sind Platte & Farbe, Farbe & Feuchtmittel und Papier. Die Kompetenzen von bestehenden Mitarbeiter:innen werden bei der aktuellen Tätigkeit verbessert.

Zeitungsdruck Teil 2: Druckvorstufe

05
NOV
2024

BIS

07
NOV
2024

Der Teil 2 besteht aus einen großen Praxisteil und Gestaltung des Druckprozesses, Druckformherstellung, Colormanagement, Medienstandard und Zeitungsproduktion vs. Akzidenz / Rolle / Digitaldruck.

Praxisworkshops KI im Vertrieb KI für Marketing und Social Selling

21
NOV
2024

UND

27
NOV
2024

Sie erhalten einen Überblick darüber, wie man mit KI die Vertriebsleistung optimiert und sie für die Entwicklung von Marketingstrategien nutzt.

Inhouse Seminare Arbeitsrecht Kostenwahrheit in der Druckbranche

01
JAN
2024

BIS

31
DEZ
2024

Die Inhouse Seminare der Verbandsakademie bieten Ihnen die effizienteste Lösung für Ihre unternehmensspezifischen Fragestellungen.

Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:

Verband Druck Medien Österreich,
Grünangergasse 4, 1010 Wien, Tel. +43 1 5126609,
Geschäftsführung: Peter Sodoma, www.druckmedien.at

Anzeigen: Peter Sodoma, verband@druckmedien.at

Redaktion: Christian Handler

Layout: Ingrid Hauschulz

Bildnachweis Cover: Shutterstock

Lektorat: Christine Berzsenyi

Offenlegung: www.druckmedien.at/druckmedien-magazin

Datenschutz: www.druckmedien.at/datenschutz

Druck: Print Alliance HAV Produktions GmbH

Papier: Arctic Paper Papierhandels GmbH

Kern: Arctic Volume White, 115 g/m²

Umschlag: Arctic Volume White, 200 g/m²

Blattlinie:

Das druck medien Magazin erscheint 2x/Jahr mit Reportagen, Interviews und Standpunkten zu jeweils aktuellen Themen und liefert Impulse für Druckereien, Agenturen und Kreative, Medienunternehmen sowie Kommunikator*innen. Die Standpunkte unserer Gastautor*innen geben deren persönliche Meinung wieder.

Design liegt in unserer Natur

Hergestellt in Schweden seit 1871. In einer der umweltfreundlichsten Fabriken weltweit. Munken, das ungestrichene Feinpapier für pure Kreativität.

arcticpaper.com



MUNKEN

Ferienfotos sortieren

Nur ein Vorschlag, was Sie mit all der Zeit anfangen könnten, die Sie dank unserer effizienten Branchensoftware plötzlich haben.

printplus





**THINK
GREEN
PRINT
FAIR**

