

Uhl-Media: aus Überzeugung im Einklang mit der Natur

Von Saskia Kaeding (auf Druckbesser.de im Juli 2009 und als ePaper veröffentlicht)

Das Familienunternehmen Uhl-Media legt großen Wert auf eine umweltfreundliche Produktion - vor allem auch, da die Familie im selben Gebäude wohnt und arbeitet. Schon seit über 15 Jahren wird ökologisch orientiert produziert. Dabei ist das tatsächliche Engagement dem Unternehmen wichtiger als Siegel und Zertifikate.

„Letzten Endes zählt doch einzig und allein die Natur“, so Andreas Uhl, Geschäftsführer des Familienunternehmens Uhl-Media. Für den Segel-Fan ist ein Überdauern auf dem Planeten Erde nur im Einklang mit der Natur möglich. Und gerade in technisch-chemisch orientierten Branchen sieht er enormes Potential zum Umweltschutz. Uhl-Media produziert klimaneutral mit mineralölfreien Ökodruckfarben im alkoholreduzierten Offsetdruck. Papiere stammen generell aus nachhaltiger Forstwirtschaft oder Recycling. Ökostrom wird aus Wasserkraft bezogen. Die Abwärme der Druckmaschine wird per Wärmerückkopplung sinnvoll zum Heizen genutzt. Die Druckplattenherstellung erfolgt ohne jeglichen Einsatz von Chemie oder Wasser.



Geschäftsführer Andreas Uhl

So engagiert sich Uhl-Media nahezu von Beginn an für eine umweltfreundliche Produktion. Allerdings hat man sich weiterstehend gegen Siegel und Zertifikate entschieden, denn diese und das dazugehörige Marketing kosten Geld. Geld, welches man sinnvoller nutzen möchte. „Wir lassen lieber Bäume pflanzen, anstatt die CO₂-Emissionen auf kg genau zu berechnen“, so Andres Uhl. Klimaneutrales drucken ist für ihn ein so genannter „Ablasshandel“. Dennoch sieht er auch darin durchaus positive Effekte für die Natur: „besser einen Ablasshandel betreiben, der im Gegensatz zum mittelalterlichen Pendant ja nicht nur klerikal wirkt, als gar keinen Umweltschutz“. Dieser Punkt wurde daher auch erst relativ spät als Ergänzung in das Umweltmanagement von Uhl-Media aufgenommen.



Natürlich bedingt diese Vorgehensweise, weitestgehend ohne teure Zertifizierungen eigenverantwortlich Umweltmaßnahmen umzusetzen, ein großes Vertrauen von Seiten der Kunden. Deshalb bietet das Unternehmen allen Kunden und Interessenten die Möglichkeit, sich direkt im Betrieb einen Eindruck über die umweltfreundliche Produktionsweise zu verschaffen.

Interview mit Andreas Uhl, Geschäftsführer von Uhl-Media

Wie kam es zu der Entscheidung, umweltfreundlich und emissionsarm zu Produzieren?

Andreas Uhl: Wir sind bedingt durch unsere Bestandskunden und v. a. die Tatsache, dass wir im selben Gebäude wohnen und arbeiten seit jeher an einer umweltfreundlichen und emissionsarmen Produktion interessiert. Meine persönliche Überzeugung, dass wir auf unserem Planeten nur im Einklang mit der Natur überdauern werden tut hierzu ihr übriges.



Der begeisterte Segler Andreas Uhl

Sie sind eine der wenigen Druckereien, die ein mehrschichtiges Engagement im Bereich Umweltschutz zeigen. Würden Sie es begrüßen, wenn Ihre verstärkten Bemühungen gesondert ausgewiesen würden?

Andreas Uhl: Ja, natürlich - allerdings bewegen wir uns hier immer auch in den finanziellen Grenzen eines Familienbetriebs... Eine Anmerkung hierzu: wir würden das (fast) alles auch machen, wenn wir damit kein Marketing betreiben könnten!

Setzen Sie ausschließlich Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft (FSC, Blauer Umweltengel etc.) ein? Und wie gehen Sie damit um, wenn ein Kunde explizit andere Papiersorten verwenden möchte?

Andreas Uhl: Wir setzen generell Papiere aus nachhaltiger Forstwirtschaft (egal ob FSC, PEFC, Nordic Swan oder vergleichbare) oder aus 100 Prozent Post Consumer (!) Recycling ein. Gegebenenfalls stellen wir unseren Kunden auch die Pseudo-Recyclingsorten im Vergleich dar. Rein weißes Recyclingpapier aus 100 Prozent FSC (Post-Industrial) Papier wollte von da an eigentlich kein Kunde mehr haben.

Sollte ein Kunde aber dennoch auf eine bestimmte Papiersorte bestehen, sind wir aus finanziellen Gründen gezwungen, diesen Auftrag so abzuwickeln. Wir können letztlich nur beraten - die Entscheidung trifft der Kunde selbst.

Wie steht es mit dem Vorurteil „Recyclingpapier ist doch Grau und die Farben sehen scheußlich aus“?

Andreas Uhl: Vorurteile hierüber existieren durchaus noch. Letztens wurde ich gefragt, ob die Ökofarben und -papiere „stinken“.

Hier treten wir gerne den Gegenbeweis an: Wir produzieren z. B. sehr schöne Werbematerialien für die Naturkosmetikbranche inklusive schöner, leuchtender Farbtöne und sanften Hautpartien. Auf Wunsch senden wir unseren Interessenten übrigens auch kostenfreie Druckmuster hierfür zu.

Wir weisen unsere Kunden aber generell auf die leichte Graufärbung und Fasereinschlüsse der Papiere hin.



Sie verwenden natürliche Druckfarben bzw. Ökodruckfarben. Gilt dies für die gesamte Produktion? Und muss der Kunde bei der Verwendung dieser Farben mit Einschränkungen rechnen?

Andreas Uhl: Wir verwenden innerhalb der Euroskala ausschließlich die mineralölfreie Ökofarbe - sogar auf kritischen Materialien wie Chromolux oder bei Veredelungen wie Glanzfolie. Lediglich im Bereich der Sekundärverpackungen verwenden wir migrationsarme Farbserien, die mineralöhlaltig sind. Im Bereich der Sonderfarben (HKS, Pantone, Metallic) nutzen wir, soweit möglich, den Bezug der mineralölfreien Farben. Dies ist allerdings meist mit Mindestabnahmemengen verbunden.

Sie führen einen EQ:Flyer in Ihrem Sortiment. Erzählen Sie bitte kurz, was es damit auf sich hat.

Andreas Uhl: Das Wort EQ:Flyer huldigt meinem Faible für Wortspiele und auffallende Typografie. Durch die Aussprache und Schreibweise entstehen automatisch Assoziationen mit „Öko“ und „IQ“. Das soll eine intelligente, ökologische Produktion versinnbildlichen.

Das Besondere an unseren EQ:Flyern ist auch der Preis. Durch die hocheffiziente Produktion in Sammelformen erreicht man auch bei kleineren Einzelaufträgen sehr interessante Preise.

Wie viel Prozent vom gesamten Umsatz generieren Sie durch ökologisch orientierte bzw. klimaneutrale Drucksachen?

Andreas Uhl: Die ökologisch orientierten Drucksachen machen über 80 Prozent unserer Drucke aus (geschätzt!). Klimaneutral sind wir erst seit Kurzem - daher kann ich hierzu noch nichts sagen.



Qualität hat ihren Preis. Sie schreiben selbst, dass Ihnen die Qualität wichtiger ist als der Preis bzw. als der günstigste Anbieter zu sein. Wie schaffen Sie es, gerade in der

momentanen Wirtschaftslage, Ihre Kunden von dieser Philosophie zu überzeugen?

Andreas Uhl: Mein Spruch hierzu: ich bin zufrieden, wenn der Kunde kommt und wir eventuell nur die zweitgünstigsten Anbieter sind. Man benötigt für dieses Konzept aber nicht nur solide Grundsätze, sondern vor allem gute und verständnisvolle Kunden, welche nicht nur nach dem Preis einkaufen. In Preisverhandlungen führen wir oft unsere Ökovorteile an. Man sieht dann in der Regel auch wie weit her es mit dem „echten“ Umweltbewusstsein der Anfrager steht. In diesem Bereich erlebten wir zahlreiche Überraschungen.

Was würden Sie als Ihre größte unternehmerische Leistung bezeichnen?

Andreas Uhl: Eine vernünftige Kombination aus sozialem, ökologischen und letztlich auch finanziellen Einklang aufrecht zu erhalten. Mir persönlich sind die nicht-materiellen Aspekte unserer Firma zur Sinnfindung im Berufsleben sehr wichtig. Ich möchte kein reiner „Billigerbunteblätterdrucker“ sein, sondern gerne zur Arbeit gehen.

Und sonst?

Auf seine persönlichen Ziele angesprochen nennt Andreas Uhl an erster Stelle das Glück seiner Familie. Als begeisterter Segler träumt er außerdem von einer Atlantiküberquerung.

15.7.2009

Link zum Artikel:

http://www.druckbesser.de/index.php?pg=redaktion&me1=107&me2=&artikel_ID=731&sa=1