#1/2012

NACH DRUCK

EIN PRODUKT DER BEUTH HOCHSCHULE FÜR TECHNIK BERLIN

DAS ALUMNIMAGAZIN FÜR DRUCK- UND MEDIENTECHNIKER

VERFÜGBAR BIS: UNGEWISS

Lange Zeit nutzte der Mensch die natürlichen Ressourcen der Erde ohne Rücksicht auf die Folgewirkungen.

➥ Seite 22

TYPODESIGN VOM ENDE DER WELT

Auf der Suche nach der eigenen Identität begleiten wir die aufstrebende chilenische Typografieszene. ➥ Seite 06

NACHHALTIGE UNTERNEHMENS-FÜHRUNG

Der Begriff der Nachhaltigkeit rückt nicht zuletzt aufgrund der schwindenden Ressourcen immer mehr in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. ➥ Seite 44

SHARAM HAUCK, NEUER DRUCK IN DER TECHNIK

Spannendes und Interessantes vom Druck- und Medientechnik Studiengang der Beuth-Hochschule für Technik aus Berlin. ➥ Seite 46

MIT AKTUELLEN NEWS ZUM STUDIENGANG

EDITORIAL

Herausgeber:
Prof. Dr. Helmut Peschke

Mein Freund der Baum – ist tot. So titelte die Sängerin Alexandra schon 1968 und beklagte, dass ihr vielgeliebter Freund eines Tages gefällt wurde. 44 Jahre später erscheint es interessant, dass hier schon das „grüne Gewissen" thematisiert wurde, in einer Zeit, in der es ja eigentlich mehr um Autorität und den Generationenkonflikt, um Ho-Chi-Minh und den Vietnamkrieg ging.

In Deutschland ist immerhin ein Drittel der Fläche Wald, eine 100-jährige Eiche deckt den Sauerstoffbedarf von bis zu 17 Menschen jährlich. Heute wacht der FSC, der Forest Stewartship Council darüber, dass nicht zu viele Wälder auf der Welt ohne Nachpflanzungen verschwinden. Nachhaltigkeit hat sich zu dem Trend der letzten Jahre entwickelt, der längst auch die Druckereien und Mediendienstleister erreicht hat. Insofern ist es konsequent, wenn sich auch die weltgrößte Ausstellung der Drucktechnik, die DRUPA 2012, mit diesem Thema auseinandersetzt. Die Beuth Hochschule wird die Nachhaltigkeit zu ihrer zentralen Angelegenheit auf ihrem Stand in Halle 6a machen.

Zur Vorbereitung und gerne auch zur weiteren Information bildet die Nachhaltigkeit auch in diesem NACHDRUCK den Schwerpunkt. Unser Magazin wendet sich an alle Absolventinnen und Absolventen unseres Studienganges, neudeutsch mit „Alumni" bezeichnet, aber auch an alle Studierende, Lehrende oder einfach nur Interessierte. Wir wollen hier auch in Zukunft einmal jährlich zeigen, was uns in der Branche und an der Hochschule bewegt, oder was uns einfach nur als besonders spannend und interessant aufgefallen ist.

Dieser NACHDRUCK ist im Masterstudiengang der Druck- und Medientechnik entstanden, ein nicht immer leichtes Unterfangen für die doch meist ungeübten „Journalisten". Wir hoffen, Themen, Inhalte und Form gefallen Ihnen und unterstützen Ihre Verbindung zur Beuth Hochschule. Für Anregungen und Kritik, die auch gerne konstruktiv und noch lieber positiv sein darf, unter nachdruck@beuth-hochschule.de würden wir uns freuen.

Vielleicht sehen wir uns auf der DRUPA oder auf unserem Gautschfest am 15. Juni 2012, sonst bis zur nächsten Ausgabe,
Ihr Prof. Dr.-Ing. Helmut Peschke

IMPRESSUM

NACHDRUCK ist die Alumnizeitschrift des Studiengangs Druck- und Medientechnik an der Beuth Hochschule für Technik Berlin.
NACHDRUCK entstand im Masterstudiengang Druck- und Medientechnik im Kurs Zeitungsproduktion und Redaktionssysteme, Leitung Prof. Dr. H.Peschke.
Das studentische Projekt wurde im Wintersemester 2011/2012 durchgeführt.

Art Direction:
Valentin Bünsow, Judith Conrad

Mitarbeitende dieser Ausgabe:
Valentin Bünsow, Cathrin Carmienke, Judith Conrad, Adrienne Döberitz, Maik Eberhardt, Benjamin Eib, Ginger Fiebig, Vivien Friedrich, Kathleen Gutsmann, Juliane Herzer, Theresa Ippen, Steffi Kaiser, Alexander Koppin, Raphael Kwiotek, Maria Omelchuk, Andreas Raeder, Andreas Renner, Anette Schenk, Silvio Schneider, Kathleen Schreiber, Johannes Storz, Björn Voigt, Sabine Zacke, Prof. Dr. Helmut Peschke.
Namentlich gekennzeichnete Beiträge widerspiegeln nicht die Meinung der Redaktion.

Kontakt:
Mail: nachdruck@beuth-hochschule.de

Studiengangsleitung Druck- und Medientechnik an der Beuth Hochschule:
Prof. Dr.-Ing. Helmut Peschke
Luxemburger Straße 10
13353 Berlin
Telefon: 030/4504-2367
Mail: peschke@beuth-hochschule.de

Druck:
PINGUIN Druck GmbH Berlin

Schriftart:
Minion Pro / Helvetica Neue

Material:
Drive Silk FSC Mix Credit

INTERNATIONALES 06

TYPODESIGN VOM ENDE DER WELT

Auf der Suche nach der eigenen Identität begleiten wir die aufstrebende chilenische Typografieszene.

NACHHALTIGKEIT 22

VERFÜGBAR BIS: UNGEWISS

Lange Zeit nutzte der Mensch die natürlichen Ressourcen der Erde ohne Rücksicht auf die Folgewirkungen.

Foto: Alexander Koppin, Maik Eberhardt

KULTUR & TECHNIK

10 EINATMEN – AUSATMEN – KLICK

Zu Besuch in einem Berliner Fotostudio am Moritzplatz.

14 IN SEINER WELT

Überall in unserer Umgebung befinden sich neue Welten.

16 DER KREATIVITÄT RAUM GEBEN

In mühevoller Handarbeit und mit viel Liebe zum Detail entstehen kleine Werkstätten abseits des Großstadt-Hypes in Berlin.

20 ALLES ANDERE ALS FLACH

Im Druck werden neue Dimensionen erreicht. Hier ein Einblick in die neuen Höhen und Tiefen der Druckbranche.

26 SAG+SAL – NACHHALTIGKEIT MIT STIL

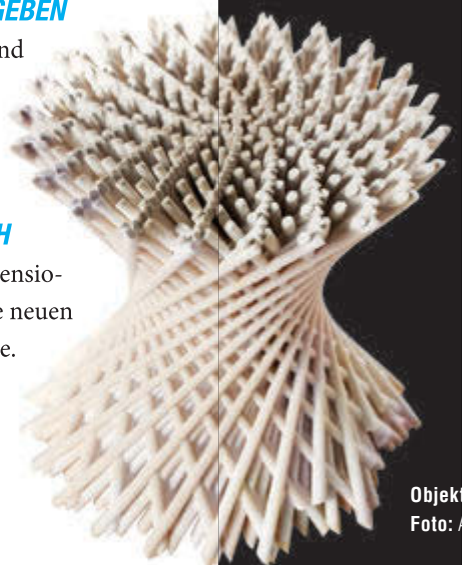
Das Gummituch neu aufgelegt! Recycelte Drucktücher im witzigen Taschenformat oder auch als Accessoires. Alles über SAG+SAL und die Produkte.

32 SUSTAINABLE DESIGN

Kreativität bündeln, Ökologisch gestalten, Ressourcen intelligent einsetzen

35 DER GRÜNE FADEN

Beschichtungen und Veredelungen zaubern die dritte Ebene auf das Papier. Eine Entdeckungstour durch die Welt der Druckveredelung.



Objekt: Joachim Weinhold
Foto: Alexander Koppin, Maik Eberhardt

KARRIERE
44
NACHHALTIGE UNTERNEHMENSFÜHRUNG
Der Begriff der Nachhaltigkeit rückt über den öffentlichen Druck durch Medien und Gesellschaft und nicht zuletzt aufgrund der schwindenden Ressourcen für Unternehmen immer mehr in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.

38 QUO VADIS?
Lohnt sich der Studiengang Druck- und Medientechnik und gibt es Chancen auf dem Arbeitsmarkt? Wir wollten es genau wissen und machten eine Alumni-Umfrage.

40 SELBSTSTÄNDIG NACH DEM STUDIUM
Studium abgeschlossen: Doch was kommt dann? Ist die Selbstständigkeit eine mögliche Alternative zur Festanstellung? Das fragen sich nicht nur die Absolventen der Beuth-Hochschule.

50
TIPPS UND TERMINE
WANN IST DAS GAUTSCHFEST? WO IST DIE NÄCHSTE DRUCKMESSE? DIE WICHTIGSTEN TERMINE UND VERANSTALTUNGEN AUF EINEN BLICK.

Foto: Alexander Koppin, Maik Eberhardt

BEUTH NEWS
48
SHARAM HAUCK, NEUER DRUCK IN DER TECHNIK
Spannendes und Interessantes von der Beuth-Hochschule für Technik aus Berlin. Exklusiv für alle Interessierten!

TYPODESIGN
VOM ENDE DER WELT

Chilenische Typografen wollen ihre Wurzeln in ihren Schriften wiedererkennen und damit hochwertiges Design machen.

Autorin: Sabine Zacke

Die Suche nach einer eigenen kulturellen Identität war immer eine große Herausforderung für Chile, wie für alle lateinamerikanischen Ländern. Seit der Kolonialisierung ist Lateinamerika von Europa oder den USA beeinflusst und hatte immer Schwierigkeiten sich als Lateinamerika zu akzeptieren. Daher spielt bei der Gestaltung von Schriften die kulturelle Identität eine wichtige Rolle.

S "PAULA"
Botilleria "Los Naranjos"
PILSENER
Dorada
PILSENER
Dorada

Schriftbeispiel der Pincoya Black von Daniel Hernandez, veröffentlicht durch LatinoType. **Grafik:** Gonzalo Osario

Die Typografen lassen sich auf der Straße inspirieren und implementieren dies in ihre digital gestalteten Schriften. Beeinflusst wird die typisch chilenische Typografie unter anderem von den sogenannten „Cartelistas". Das sind traditionelle Schriftzeichner, die hauptsächlich Werbeschilder und Busse mit Farbe und Pinsel beschriften. Sie tragen einen wesentlichen Teil zum chilenischen Straßenbild bei, denn auf den Märkten, in jeder Straße, in jeder Ecke und sogar an den Bussen findet man ihre Schriftzüge.

> *„Mit einer Schrift kann man die nationale Mentalität reflektieren und zeigen was uns als Chilenen ausmacht."*
>
> MIGUEL HERNÁNDEZ

Runde, geschwungen, schräg ausfallende Buchstaben, die dadurch ihren speziellen Charakter bekommen. Trotzdem ist der Einfluss der neuesten Trends aus dem Ausland weiterhin von Bedeutung.

Die Inspiration von der Straßen, die Adaption der Schriften aus dem Ausland und die Neudefinition macht die chilenische Typografie modern und traditionell zugleich. Trotz der Fortschritte sehen die Experten Chile noch den Anfang der Entwicklung der modernen Typografie. Die technischen Möglichkeiten sind vorhanden und werden immer mehr genutzt. Die Anzahl der professionellen Agenturen, die organisiert vorgehen und im Dienst der Industrie stehen, ist gewachsen und das Potenzial noch lange nicht ausgeschöpft.

AUSTRALIS

Die chilenische Typografie stößt weltweit immer mehr auf Interesse. Einer der hervorragendsten nationalen Typografen und Autodidakt ist Francisco Galvez. Er entwickelte 2002 die Australis, eine Schrift, die durch die spanische Sprache inspiriert wurde und diese repräsentiert, wie die Garamond Frankreich und die Bodoni Italien. Die Australis kann mit diesen beiden Schriften durchaus mithalten und ist bereits international bekannt.

www.frescotype.com

Schrift Australis **Grafik:** Francisco Galvez

latino type®

DANIEL HERNANDEZ

ÜBER TYPO AUS LATEINAMERIKA

LATINO TYPE

Zur Unterstützung und Verbreitung der lokalen Typografie gründete sich unter anderem die Typografiestiftung Latinotype. Die drei Gründer Daniel Hernández, Miguel Hernández und Luciano Vergara bieten seit 2007 vor allem Schriften mit besonders kultureller Anlehnung auf ihrer Internetseite zum Verkauf an. Dieses Jahr haben sie einen Katalog herausgebracht, der alle wichtigen traditionellen Schriften zusammenfasst und in ihrer Benutzung zeigt. *www.latinotype.com* ■

Der Einfluss der chilenischen Kultur auf eine Typografie. ist bemerkenswert stark. Ich würde sogar sagen, dass dies über Chile hinausgeht, es ist viel globaler, es betrifft ganz Lateinamerika. Für mich ist Lateinamerika ein sehr kraftvolles Wort. Es beschreibt eine starke Region mit einem machtvollem Konzept. Ich identifiziere mich mit Lateinamerika und seiner Geschichte, während der wir, trotz der vielen fremden Kulturen aus fremden Ländern, unsere eigene Identität gefunden haben. Diese Kulturvielfalt hat uns als Volk geprägt, unsere Sichtweise und die Art, wie wir die Dinge angehen. Lateinamerika hat nicht den historisch typografischen Hintergrund, wie Europa oder die USA. Dies erlaubt uns neue Dinge zu probieren, ohne Angst oder Vorurteile, ohne Vergangenheit aber mit viel Zukunft. Deshalb sind meine Schriften, wie sie sind, manchmal ein bisschen ungewöhnlich oder mit vielleicht verwirrenden Details, oder entgegen den Regeln der Typografie. Aber sie sind ehrlich, furchtlos und voller Leidenschaft.

Oben: Schriftkatalog von Latinotype
Foto: Daniel Hernández

Rechts: Schrift Australis
Fotos: Francisco Galvez

„Ohne Fotografie ist der Moment für immer verloren, so als ob es ihn nie gegeben hätte“

RICHARD AVEDON

Foto: Björn Albert

EINATMEN – AUSATMEN – KLICK!

Zu Besuch bei einem besonderen Fotostudio in Berlin Kreuzberg. Ein einzigartiges Kleinod im Herzen Kreuzbergs, direkt am Moritzplatz

Autor: Björn Voigt

Berlin ist immer eine Reise wert, meist jedoch ist der touristische Besuch eine stressige Angelegenheit. Da muss noch schnell der Fernsehturm erklommen werden, das Brandenburger Tor darf nie fehlen und die ganzen Museen, Ausstellungen, Restaurants, Cafés und Kieze. Friedrichshain, Prenzlauer Berg, Kreuzberg,

Und heutzutage immer dabei: die Kamera. Egal ob mit Handy oder der eigens für den unvergesslichen Schnappschuss gekauften Digitalkamera, geknipst wird so schnell und viel wie gerannt wird. Am Ende des Tages verschwinden die Bilder dann in den Tiefen der heimischen Festplatte und Bildnachfragen werden mit einem höflichen „Schicke ich dir nächste Woche“ beantwortet, erhalten wird man diese Bilder jedoch nie.

PHYSIK UND KUNST

Dieser ganzen Schnelllebigkeit und Austauschbarkeit von Bildern entgegenzu wirken, ist das Ziel der Künstlerin und Schauspielerin Susanna Kraus. Sie betreibt im Herzen Kreuzbergs, direkt am Moritzplatz, die größte begehbare Großformatkamera der Welt genannt IMAGO 1:1.

In den frühen 1970er Jahren von dem Physiker Werner Kraus und dem Künstler Erhard Hößle gebaut ist die IMAGO 1:1 eine weltweit einzigartige Großformatkamera, die lebensgroße Porträts von Menschen dank eines speziellen Objektivs direkt auf dem Fotopapier abbilden kann. Gearbeitet wird dabei mit einem eigens für die Kamera entwickeltem Schwarz-Weiß-Spezialpapier.

Foto: Imago 1:1

Dieses besondere Papier war auch der Grund, dass die Kamera gut 30 Jahre in Vergessenheit geriet, es wurde während dieser Zeit einfach nicht mehr produziert. Als Susanna Kraus 2004 durch Zufall auf alte Bilder dieser Kamera stieß und damit

> *„Die Zeit wird auf eigenen Willen hin eingefroren.“*

den riesigen Apparat wieder entdeckte, dauerte es noch gut zwei Jahre Entwicklungszeit, bis das dafür erforderliche Spezialpapier wieder hergestellt werden konnte.

ENTSCHLEUNIGUNG

So speziell wie die Kamera und das Papier ist auch der Entstehungsprozess eines Bildes. Da während der gesamten Zeit ohne digitale Technik gearbeitet wird und es aufgrund der direkten Belichtung und Entwicklung des Spezialpapiers keine Negative gibt, ist jedes Foto ist ein Unikat.

Um diesen Prozess so gut wie möglich zu begreifen, nimmt sich die Fotografin viel Zeit für jeden Kunden. Dieser bekommt die Möglichkeit für die Erstellung der Aufnahme einen kurzen Moment zu entschleunigen, sich mit der Kamera, den Angestellten und den Fotos vertraut zu machen, die richtige Pose zu finden, eigens dafür gibt es innerhalb der Kamera einen Spiegel, in dem sich jeder so sehen kann wie später auf dem Foto. Außerdem liegt es in seiner Hand, wann das Foto gemacht wird, denn er hält den Auslöser, bestimmt also den für ihn richtigen Moment der Aufnahme. Niemand gibt Anweisungen, keiner spricht rein, keine Erwar-

tungshaltung, kein Druck. In diesem Augenblick wird die Zeit auf eigenen Willen hin eingefroren, ein höchst seltener Luxus.

SOUVENIERS

Nachdem der Auslöser gedrückt wurde dauert es noch 10 Minuten um das fertige Bild in den Händen zu halten. Anschließend wird es noch sicher für den Transport verpackt. Genutzt wird dieser Luxus vor allem von Familien, die mit Nachwuchs und Großeltern Generationenporträts anfertigen lassen, Künstler, Köche, Schauspieler die sich gern in besonderem Licht sehen aber auch Touristen aus aller Welt, die zufällig vorbeikommen und ein besonderes Souvenir für zu Hause wollen.

Wenn sie also bei ihrem Streifzug durch Berlin kurz abschalten und entschleunigen, sich selbst in neuem Licht betrachten und etwas Einzigartiges erstehen wollen, dann schauen sie einfach mal am Moritzplatz vorbei um vielleicht ein Bild zu machen. Eines von so vielen. Aber das, dass bekommt auf Nachfrage definitiv jeder zu sehen. ■

Foto: Imago 1:1

INFO

KONTAKT:

Kunstraum IMAGO1:1
am Moritzplatz
Prinzenstr. 85 / Eingang D
10969 Berlin-Kreuzberg
www.imago1to1.com
Email: camera@imago1to1.com
Tel.: +49(0)30 521 32 617

IN SEINER **WELT**

Überall in unserer Umgebung befinden sich neue Welten. Der Maler Max Ernst integrierte Strukturen unbeachteter Alltagsgegenstände in seine Bilder.

Autorin: Ginger Fiebig

Max Ernst schuf sich seine eigenen Welten aus Objekten des Alltags und mit Hilfe von zahlreichen teilweise neu entwickelten Techniken (siehe rechts). Durch eine gewisse Abneigung gegen Leinwände machte er den Zufall zu seinem Freund und nutzte die sogenannten „halbautomatischen Techniken", welche Strukturen erzeugen, um die Phantasie und Inspiration zu beflügeln. Was er malte erneuerte die Sprache der Malerei des 20. Jahrhunderts.

Max Ernst versuchte durch seine Malerei, die dem deutschen Dadaismus und Surrealismus zuzuordnen ist, die Grenze zwischen Wirklichkeit und Traumwelt zerfließen zu lassen. So sieht der Betrachter in seinen Werken oft traumhafte Landschaften und Fabelwesen wie zum Beispiel Mensch-Tier-Gestalten. In diesem Zusammenhang stellte er den Künstler als „Schöpfer" in Frage: er vertrat die Meinung, dass ein Künstler die Realität lediglich widerspiegeln und diese nicht neu erfinden kann. Für Max Ernst war der Begriff der Realität durch den Surrealismus geprägt. Eine Werkreihe, die in dieser Beziehung zu nennen ist, ist die Reihe der „LopLop". Eine Reihe von Fabelwesen in Vogelgestalt bei denen der Betrachter verschiedene Dinge zu entdecken hat. Der Betrachter tritt in die aktive Rolle und wird aufgefordert seine Phantasie spielen zu lassen.

> *„Wie der Dichter seinen automatischen Denkvorgängen lauscht und sie notiert, so projiziert der Maler auf Papier oder Leinwand, was ihm seine optische Eingebungskraft eingibt."*
> MAX ERNST

Seine Position verdeutlichte Max Ernst durch das Verlassen der traditionellen Technik der Ölmalerei und begann auf „spontane Art" zu malen. Zur Vervollständigung seiner Werke nutzte er auch Gegenstände wie Holz, Sand und oft mittels „Farbdripping" getropfte Farbe. ■

„Hausengel" von 1937 (rechts). In der Reihe LopLop zeigt sich das Alter Ego des Künstelrs in vogelähnlichen Wesen
Foto: bpk | Bayerische Staatsgemäldesammlungen

„The Barbarians“ von 1937. Hier sieht man den Einsatz der Techniken der Frottage und der Grattage. The Barbarians werden schon einer Vorahnung des beginnenden zweiten Weltkriegs zugeschrieben. **Foto:** bpk | The Metropolitan Museum of Art | Malcolm Varon

*Max Ernst *1891 †1976 (Aufnahme 1949)*
Foto: bpk / Fred Stein

INFO

Max Ernst benutzte und entwickelte für seine fantastische Welt eine Reihe teils neuer Techniken: Die Frottage ist ursprünglich eine alte Drucktechnik, wurde von Max Ernst neu entdeckt und weiterentwickelt. Die Oberflächenstruktur eines Gegenstandes wird durch Abreiben auf ein aufgelegtes Papier übertragen. Farbflächen erhalten etwa die Struktur von Stoffen oder Holzmaserungen. Die Grattage wurde von Max Ernst selbst entwickelt, in dem er mit einer Klinge übereinander aufgetragene Malschichten weggekratzte. Mittels der Décalcomanie entstand bei ihm ein Farbabklatsch, der anschließend übermalt wurde. Benutzt wurden auch die Fumage, die Rußspur des Rauchs auf der Leinwand führt zu surrealistischen elementen, und die Collage, das Aufkleben verschiedener Elemente auf eine Unterlage.

DER **KREATIVITÄT RAUM** GEBEN

In einer Stadt in der durch Gentrifizierung jungen Leuten immer mehr Raum genommen wird, entsteht ein kleiner Ort, an dem sich Menschen künstlerisch ausprobieren und austauschen können.

Autorin: Juliane Herzer

Foto: Maik Eberhardt, Alexander Koppin

Oben: Die Alte Gießerei bei Sonnenschein **Foto:** Franziska Schulz

Abseits der Berliner Szenebezirke, weg vom Hype der Stadt auf einem kleinen Fabrikgelände, sind eine Hand voll junger Menschen dabei, einen Raum für sich und ihre Kreativität zu schaffen. In mühevoller Handarbeit und mit viel Liebe zum Detail entstehen aus abrissgeweihten Mauern kleine Werkstätten. Hier sollen Künstler die Freiheit haben, abseits der Uni und der Marktwirtschaft produktiv zu sein und ihren Gedanken Freiraum zu geben. Durch den Verein *Alte Gießerei Berlin e.V.* wird ein Ort geschaffen, an dem aus unterschiedlichen Bereichen die Menschen aufeinander treffen, sich gegenseitig inspirieren und Synergien schaffen. Ein Projekt, welches nicht nur Raum für Kreativität gibt, sondern auch Verantwortung und Nachhaltigkeit verspricht. Auch regenerative Energien kommen bei diesem Projekt nicht zu kurz. Neben einer Beteiligung an einer Solaranlage und der Nutzung von Regenwasser, sollen Workshops zum Thema Nachhaltigkeit und regenerativen Energien den Umgang mit der Natur schärfen.

> *„Die Gießerei ist für mich ein Ort des gemeinsamen, kreativen Schaffens. Sie vereint Möglichkeiten, Freiräume und Know How unter einem Dach...“*
> JONA KURPIERS

Neben einem Fotolabor, einem Tonstudio, einer Näh- und Druckwerkstatt, sollen auch Werkstätten für Metallbau, Elektronik, Kunststoffbearbeitung, eine Tischlerei und ein kleiner Garten entstehen. Zusätzlich zur Ideenwerkstatt, wird der Ort auch verschiedenen Workshops,Werkschauen und Präsentationen dienen. Doch bevor dies alles möglich wird, müssen noch viele Schritte folgen. Dabei war der Verein schon ordentlich tätig, während zahlreichen Wochenendarbeitseinsätzen. Es wurde ordentlich geklotzt, bei Wind und Wetter. 15 Container wurden mit Müll und Schrott befüllt, die Wände neu gedämmt, Deckenheizkörper repariert und neu aufgehangen. Soviel steht jedoch noch an. Zur Zeit zählen sie 19 aktive Mitglieder und zwei Fördermitglieder. Doch auch von *Berlin 21* bekommen sie Unterstützung. Reichen tut das leider noch nicht. Unterstützen kann sie jeder, der Lust hat, aber vor allem Mut zum „try and error“ und eine gehörige Portion Eigeninitiative mitbringt. Zur Zeit kommen einige Freunde je nach Lust und Laune vorbei und packen mit an. Für die Zukunft jedoch wünschen sie sich noch weitere feste Mitglieder. Dann würden die Kosten für jedes Vereinsmitglied sinken, aber noch viel schöner ist, dass viele neue Menschen und Facetten hinzukommen würden. ➥

Wir befinden uns vor einem sanierungsbedürftigen Backsteingebäude. Wie kommt man auf die Idee hier „einen Raum zum Spielen“ , wie ihr diesen Ort selbst nennt, zu schaffen? Was bedeutet für euch Raum zum Spielen?

JONATHAN: *Dass man Arbeit als Spielen ansieht, um auch nicht so den Druck zu haben. Klar muss man monatlich die Miete bezahlen- doch du hast genug Raum, um zu basteln und dich mit anderen Leuten kurzzuschließen. Es bedeutet, dass man vielleicht auch Projekte macht, welche alle Bereiche, wie Druck, Näherei und Bau mit einbezieht, um einfach ein bisschen mehr zu spielen und nicht an die Abgabe eines Produktes denkt. Sich beim Arbeiten entspannt.*

Achtet ihr bei eurem Vorhaben auch auf Nachhaltigkeit und wie versucht ihr auch in Zukunft ressourcensparend diesen Betrieb am Laufen zu halten? Ist es euch überhaupt wichtig?

JONA: *Tagsüber nutzen wir den Strom, den wir aus der Solaranlage vom Dach gewinnen. Dieser wird leider nicht gespeichert, deshalb muss man schauen, dass die stromverbrauchenden Prozesse am Tag stattfinden. Und ansonsten beziehen wir den Strom aus dem Netz. Des Weiteren sind wir an einer großen Gemeinschaftsheizung angeschlossen. Es ist ein großer Holzpelletkessel, welcher die Grundlast abdeckt. Die Spitzenlast im Winter, wenn es ganz kalt wird, macht eine Gastherme. Diese soll, wenn viel Geld da ist, gegen eine Wärmepumpe, welche über Solarenergie betrieben wird, ausgetauscht werden. Nachhaltigkeit ist uns sehr wichtig. Auch für unseren Mietvertrag haben wir geschaut, dass wir einen bekommen, mit dem man auch vorausschauend planen kann.*

Kann jeder bei euch mitmachen und ist dann auch jeder gleichberechtigt?

JONATHAN: *Auf jeden Fall!! Klar haben*

Jonathan Werlich und Jona Kurpiers

Foto: Maik Eberhardt, Alexander Koppin

Foto: Maik Eberhardt, Alexander Koppin

auch wir Vereinsstrukturen, die auch wichtig sind für verschiedene Entscheidungsprozesse. Prinzipiell kann jeder mitmachen, der ein gewisses Interesse hat. Wichtig ist hierbei, aufgrund der Aufwendigkeit des Prozesses, dass man genug Herzblut in die Sache stecken kann. Es geht auch darum, dass die Leute in verschiedenen Formen zusammen arbeiten, sowohl kommunikativer Art wie auch unterschiedliche Projekte gemeinsam verwirklichen.

Ihr baut ja sogenannte Gemeinschaftswerkstätten aus. Steht euch der Sinn nach einer Symbiose aus den verschiedenen Bereichen wie Maschinenbau, Fotografie, Schneidern und dem Druckhandwerk?

JONA: *Ja natürlich! Wenn ich beispielsweise ein Musikinstrument oder etwas Elektronisches entwerfe, dann kann das in der Siebdruckwerkstatt bedruckt werden. Die Zusammenarbeit soll in allen Bereichen funktionieren. Beispielsweise zwischen Druck- und Nähwerkstatt. Dort können dann auch verschiedene Stoffe bedruckt werden.*

Was macht euch eigentlich am Meisten Spaß und worüber ärgert ihr euch sehr?

JONATHAN: *So ein paar Kleinigkeiten machen beim Ausbau auch richtig Fez. Viele Sachen sind für mich jedoch komplett neu. Wenn man dann aber mitbekommt wie die Dinge funktionieren und dass nicht alles so die „Supermagic" ist, sondern man immer nur auf bestimmte Sachen achten muss, dann ist das richtig, richtig genial. Natürlich erfreut man sich aber auch an dem Prozess des Entstehens. Manche Arbeiten sind anstrengend und müssen gemacht werden- das ist jedoch jedem hier klar und man geht ohne viel Diskussion ans Werk, weil jeder weiß, dass die Notwendigkeit besteht. Also auch der Punkt mit den Leuten zusammen zu arbeiten und einfach auch zu sehen, wie sich die verschiedenen Charaktere ergänzen, ist sehr spannend. Was wirklich nervt, ist die Bürokratie. Wenn man sich überlegt, dass man nur eine gute Intention hat und dafür Unterstützung will, was nicht notwendiger Weise finanziell sein muss, werden einem dort doch ordentlich Steine in den Weg gelegt. Das fängt schon bei den kleinen Dingen an. Da den richtigen Weg zu finden ist ein ganz schönes zickzack und das dann bspw. nur, weil man einen Stein hinstellen will. Das ist schon knackig.* ■

Foto: Maik Eberhardt, Alexander Koppin

INFO

BESUCH GEFÄLLIG?

Sollte euch der Wunsch nach Unterstützung stehen, besucht einfach die Website. Dort werden Arbeitseinsätze und Termine für die Workshops gepostet.

ALTE GIESSEREI E.V
HERZBERGSTRASSE 123
10365 BERLIN

www.alte-giesserei-berlin.de

ALLES ANDERE ALS FLACH

Die Druckbranche ist voller Höhen und Tiefen. Ein gutes Beispiel sind die dreidimensionalen Druck- und Veredlungsverfahren.

Autor: Andreas Renner

Schon 1912 erkannte man den Wert einer schönen und einzigartigen Drucksache. So hatte das legendäre Luxuskreuzfahrtschiff Titanic eine eigene Bord-Druckerei, in welcher die Menü- und Boardbuchkarten nicht einfach nur gedruckt, sondern auch mit einem dreidimensionalen Effekt veredelt wurden. Das damals bevorzugte dreidimensionale Veredelungsverfahren war die Thermografie, die Anfang des neunzehnten Jahrhunderts in Amerika entstand. Bei der Thermografie wird jedes gedruckte Stück mit einem Harzpulver abgewischt, solange die Farbe noch feucht ist. Das Harz, das nur an den feuchten Stellen haftet, wird anschließend mit einer Wärmequelle fixiert. Das Ergebnis ist eine sehr edle sicht- und fühlbare Erhöhung. Allerdings ist das Verfahren aufwendig und die Wärmebehandlung eine große Belastung für viele Bedruckstoffe, sodass das Verfahren heute kaum noch Verwendung findet.

UV- UND DISPERSIONSLACK

Verbessert wurde das Grundprinzip durch den Einsatz von UV- und Dispersionslacken, die wie normale Druckfarben verarbeitet werden können und ohne Wärmebehandlung trocknen. So wird nicht nur der Bedruckstoff geschont, es ist auch möglich den Lack auf den unbedruckten Stellen aufzutragen. Leider haben sowohl die Thermografie als auch die meisten Lackverfahren einen grundlegenden Nachteil: Der dreidimensionale Effekt ist nicht höhenvariabel, da die Schichtdicke kaum beeinflusst werden kann. Aber auch für dieses Problem wurden mittlerweile Lösungen gefunden. So finden sich seit einigen Jahren Digitaldruck- und Digitalveredlungsmaschinen auf dem Markt die einen Lack höhenvariabel auftragen können. Darunter fallen zum einen Verfahren die wieder mit Wärme fixieren, aber auch kalte Injekt-Verfahren. Mit diesen digitalen und höhen-

> *„In Zukunft wird es möglich sein, online eine Geige zu bestellen und sie als E-Mail-Attachement geliefert zu bekommen.“*
>
> RAY KURZWEIL

variablen Lackverfahren lassen sich sehr ansprechende dreidimensionale Effekte schaffen, die jedoch weniger das Auge, als vielmehr den Tastsinn ansprechen.

PRÄGEN

Eine Alternative zu Harz- und Lackverfahren ist die Prägung. Diese Veredlungsform wirkt sehr hochwertig und wird häufig bei Büchern, Verpackungen und Visitenkarten verwendet. Allerdings muss der Einsatz sehr gut überlegt werden. Zum einen ist die Prägung ein sehr teures Verfahren, zum anderen werden bei dünnen Bedruckstoffen immer Vorder- und Rückseite beeinflusst. Durch den unbedachten Einsatz haben schon viele ihre Drucksachen verschandelt. Ganz nach dem Motto vorne hui, hinten pfui.

Natürlich gibt es noch viele weitere Möglichkeiten dreidimensionale Effekte zu schaffen. So bieten sich unter anderem der Siebdruck mit einer erhöhten Schichtdicke und die Beflockung an. Allen Verfahren ist jedoch gemein, dass sie nur dazu geeignet sind ein flaches Druckprodukt zu veredeln. Und das auch nur in einem Rahmen von wenigen Millimetern Höhe.

DREIDIMENSIONALE GEGENSTÄNDE

Wer mehr 3D will muss sich mit dem Druck von materiellen, dreidimensionalen Gegenständen auseinandersetzen. Dieser Bereich der Drucktechnik steckt allerdings noch in den Kinderschuhen und hat mit dem klassischen Druck von flachen Druckprodukten nur wenig gemeinsam. Am ehesten findet man einen solchen 3D-Drucker bei Ingenieuren und Maschinenbauern zur Herstellung von Prototypen. In jüngster Zeit finden sich aber auch immer mehr Anbieter, die sich an Privatleute und Kreative richten.

Gegen ein entsprechendes Endgeld und einer passenden Vorlage aus einem 3D-Programm kann man sein selbst entwickeltes Spielzeug oder Kunstwerk ab einer Auflage von eins drucken lassen. Wirtschaftlich ist der ganze Bereich zwar noch ein Nischenprojekt, aber wir dürfen uns auf eine spannende Entwicklung freuen. ■

Objekt: Joachim Weinhold
Foto: Alexander Koppin, Maik Eberhardt

INFO

3D-DRUCK

3D-Drucker sind Maschinen, die aus flüssigen oder pulverförmigen Kunststoffen oder Kunstharzen ein dreidimensionales Werkstück aufbauen. Sie dienen vorrangig zur Herstellung von Prototypen, Modellen und Werkstücken in geringen Stückzahlen. Die wichtigsten 3D-Druckverfahren sind die Stereolithographie, das Digital Light Processing, das Polyjet-Modeling sowie das Fused Deposition Modeling.

Foto: Alexander Koppin, Maik Eberhardt

VERFÜGBAR BIS: UN.GE.WISS

Lange Zeit nutzte der Mensch die natürlichen Ressourcen der Erde ohne Rücksicht auf die Folgewirkungen. Bis zu dem Tag, an dem ihm seine Verantwortung gegenüber der Natur bewusst wurde. Doch wie kam es eigentlich dazu?

Autor: Benjamin Eib

Ursprünglich stammt die Grundidee der Nachhaltigkeit aus der Forstwirtschaft des 16. Jahrhunderts. Schon damals war man darauf bedacht, nur so viel Holz aus dem Wald zu entnehmen wie auf natürliche Weise regeneriert werden konnte. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts stiegen dann auch die gesellschaftliche Bedeutung und die Verantwortung gegenüber dem Verbrauch begrenzter Rohstoffe und Ressourcen. Im Jahre 1999 definierte Konrad Ott – ein deutscher Philosoph und Ethiker – den sprachlich ursprünglichen Wortsinn von Nachhaltigkeit mit einem allgemeineren Wortlaut, der sich nicht allein auf die Forstwirtschaft bezieht. Personen und Institutionen anderer Lebensbereiche setzten sich ebenfalls mit der Thematik auseinander. Eine davon war die Enquete – Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt", die 1995 ins Leben gerufen wurde. Sie teilte Nachhaltigkeit in drei Dimensionen ein. Zusammen ergeben sie das „3 – Säulen – Modell".

> *„Regenerierbare lebende Ressourcen dürfen nur in dem Maße genutzt werden, wie Bestände natürlich nachwachsen."* KONRAD OTT

INFO

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT,
hat das Ziel, Natur und Umwelt für nachfolgende Generationen zu schützen. Dazu zählen der Erhalt der Artenvielfalt sowie die Pflege von Kultur- und Landschaftsräumen in ihrer ursprünglichen Gestalt.

ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT,
fokussiert eine Wirtschaftsweise, die so angelegt ist, dass sie dauerhaft eine tragfähige Grundlage für Erwerb und Wohlstand bietet. Sie schützt dadurch die Ausbeutung wirtschaftlicher Ressourcen.

SOZIALE NACHHALTIGKEIT,
strebt die Beteiligung aller in der Gemeinschaft befindenden Mitglieder am sozialen Entwicklungsprozess an, um möglichst einen Ausgleich der sozialen Kräfte zu erreichen.

WACHSENDER STELLENWERT

Nachhaltigkeit kann aber auch regional, national und international unterschieden werden. Die Bemühungen zur ökologischen Nachhaltigkeit fließen in einen global einheitlichen Ansatz, während die ökonomische und wirtschaftliche Nachhaltigkeit im Vordergrund der nationalen Ebene stehen. Durch die zunehmende Auseinandersetzung mit der Thematik und dem daraus entstandenen Bedeutungszuwachs in der Gesellschaft gerieten Industrie und Gesellschaft zunehmend unter Druck, die theoretischen Entwicklungen in die Praxis umzusetzen und verantwortungsvoller mit den beanspruchten Ressourcen umzugehen.

MODERNE ANSÄTZE

Die zahlreichen nationalen sowie internationalen Initiativen, die sich der Thematik annahmen, brachten bis heute enorme Entwicklungen hervor. Eine relativ neue Bewegung zur Nachhaltigkeit ist die klimaneutrale Produktion und Dienstleistung. Dabei geht es darum, dass die CO2 – Emissionen, die bei Herstellungs- oder Dienstleistungsprozessen entstehen, bekämpft werden. Dazu wurde unter anderem von Verbänden aus der Druckindustrie ein dreiteiliges Konzept entworfen. Um dem Thema Nachhaltigkeit und Umweltschutz als Unternehmen gerecht zu werden, lohnt sich der Aufbau eines internen Umweltmanagementsystems. Als Richtlinie wurde durch die Internationale Organisation für Normung (kurz: ISO) die branchenübergreifende Norm DIN EN ISO 14001 entwickelt.
Durch sie werden Unternehmen dabei unterstützt ein effektives und effizientes Umweltmanagement aufzubauen.

NACHDRUCK

Auch uns beschäftigte vor Beginn und während des Zeitungsprojektes „Nachdruck“ die Diskussion, wie wir dem Thema Nachhaltigkeit gerecht werden können. Verantwortungsvolles Handeln war für uns die Grundlage bei der Umsetzung von Inhalt und Gestaltung dieses Magazins. So greift jeder Artikel das Thema Nachhaltigkeit in einer eigenen Art auf und gibt es auf individuelle Weise wieder. ■

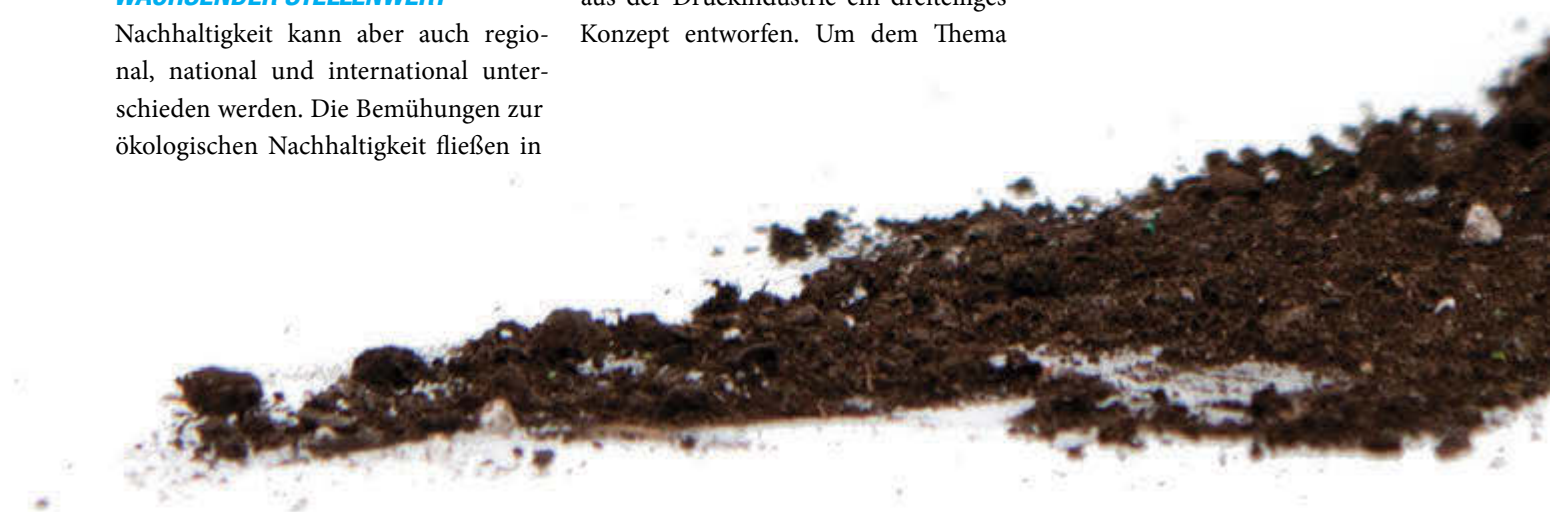


Foto: Alexander Koppin, Maik Eberhardt

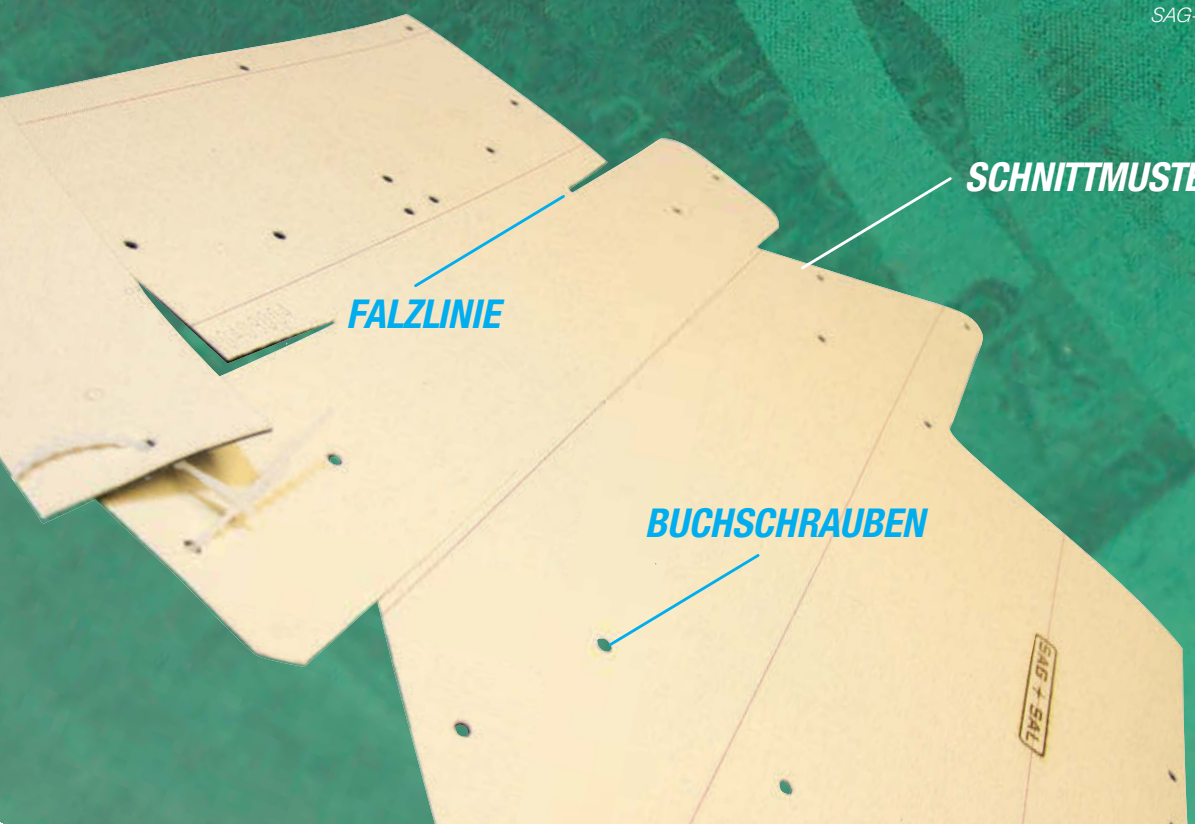
SAG+SAL NACHHALTIGKEIT MIT STIL

SAG+SAL stellt Taschen und Accessoires aus recycelten Drucktüchern her. Schon seit einigen Jahren experimentieren die beiden Gründer mit dem Gummituch als Werkstoff. Aus anfänglichen Ideen entwickelte sich eine umfangreiche Produktpalette.

Autorinnen: Anette Schenk und Adrienne Döberitz

„Jedes Produkt, ein Stück Handarbeit aus dem Berliner Neukölln“

SAG+SAL



Links: Verwendetes Gummituch für eine Tasche Unten links: Aufgeklapptes Schnittmuster einer SAG+SAL Tasche.
Fotos: Maik Eberhardt, Alexander Koppin

Wer steckt hinter dem Namen SAG+SAL? Das Gespann, bestehend aus Andjelko Artic und Rupert Jensch, ist eine Zwei-Mann-Manufaktur aus Berlin-Neukölln. Berlin ist Heimat und Arbeitsplatz. Die beiden haben sich an der Hochschule der Künste Berlin beim gemeinsamen Studium der Drucktechnik kennen gelernt. In dieser Zeit entdeckten sie das Gummituch für sich. Nun feiert SAG+SAL bereits sein einjähriges Bestehen, welches mit einem ersten öffentlichen Auftritt in Hamburg begann. Seitdem zieht das Label mit seinen Taschen quer durch Deutschland. Die Fangemeinde der bunten Taschen wächst stetig und lässt Andjelko und Rupert auf eine große Zukunft hoffen.

> *„Wenn Du so etwas zum ersten Mal machst, lernst Du ziemlich schnell wie der Hase läuft.“*
>
> SAG+SAL

Was macht Euch einzigartig?
SAG+SAL: *Wir leben davon, dass unsere Produkte total schöne Unikate darstellen. Jedes Gummituch hat eine individuelle, industrielle Geschichte. Diese siehst Du an Farbspuren, Druckschattierungen oder Industrienummern, die den Produkten ihre charakteristische Identität verleihen. Typische Gummituchfarben sind blau oder grün. Manchmal bekommen wir auch verrückte Tücher in violett, orange, rot oder pink in die Hände. Außerdem ist jedes Produkt nur aus einem einzigen Stück gefertigt, was eine durch uns ausgeklügelte Falttechnik möglich macht.*

Wie seid Ihr mit Euren Produkten in den Markt eingestiegen?
SAG+SAL: *Unsere ersten Produkte haben wir vor zwei Jahren gestaltet. Nach ungefähr einem Jahr, in dem wir die ersten Erfahrungen beim Umgang mit den Materialien gemacht haben, sind wir erstmals öffentlich aufgetreten. Das war zur Weihnachtszeit in Hamburg beim „Holy Shit Shopping“. Die Veranstaltung fand bei winterlichen Temperaturen in einer ungeheizten Obst- und Gemüsehalle statt. Unser Standkonzept war nicht ausgereift und unsere Produkte zu teuer, sodass am ersten Tag keine einzige Tasche verkauft wurde. Das war lehrreich. Denn wenn Du so etwas zum ersten Mal machst, lernst du ziemlich schnell, wie der Hase läuft, was Du falsch machst, was Du richtig machst, was Spaß macht, was doof ist.*

Leitthema dieser Ausgabe von Nachdruck ist die Nachhaltigkeit. Was macht Euer Produkt zu einem nachhaltigen?
SAG+SAL: *Zur Fertigung einer SAG+SAL Gummituchtasche nehme man Folgendes: Ein Gummituch, circa 20 Buchschrauben, ein Verschlusssystem wie zum Beispiel Klett, einen haushaltsüblichen Werkzeugkasten und ... das ist schon Alles. Das ist doch auch ein Kriterium im Sinne der Nachhaltigkeit, geringer Ressourcenverbrauch. Das heißt, wir benötigen fast keinen Energieeinsatz außer den körperlichen. Dazu zählt Strom für die Beleuchtung und zum Einbrennen unseres Logos in das Gewebe. Unser Gummituch ist ein „Abfallprodukt“ aus der die Druckerei. Das Tuch landet entweder im Mischmüllcontainer oder wird kostenpflichtig abgeholt und danach entsorgt.*

Taschenmodelle am Dekoständer

Fotos: Maik Eberhardt, Alexander Koppin

„Das heißt, wir benötigen fast keinen Energieeinsatz außer den körperlichen.“

ANDJELKO ARTIC

Denn Gummitücher sind als Rohstoff leider nicht recycelbar. Sie landen normalerweise auf einer Deponie, wo sie dann verbrannt werden.

Wie befreit Ihr die Gummitücher von Farbresten?

SAG+SAL: *Für die Reinigung verwenden wir ausschließlich ein Abfallprodukt der Rapsölherstellung. Auch die Druckbranche nutzt dieses zur Reinigung der Farbwerke und Gummitücher. In der Regel kommen die Tücher schon gereinigt bei uns an. Es liegt uns viel daran mit Druckereien zu kooperieren, die selbst auf eine nachhaltige und umweltfreundliche Produktion großen Wert legen. Denn das wirkt sich ja auch auf die ökologische Qualität der von uns verwendeten Gummitücher aus.*

Wie kommen Eure Produkte an Mann und Frau?

SAG+SAL: *Wir leben in einer modernen Welt. Demnach vertreiben wir unsere Produkte natürlich online auf unserer eigenen Homepage. Außerdem sind unsere Produkte bspw. bei dem Onlinehandel „kizuco“ für Berliner und Brandenburger Labels zu kaufen. Ohne dieses Medium geht es nicht. Eine eigene Verkaufsfläche haben wir nicht. Aber in diversen Shops in ganz Deutschland dürfen wir unsere Produkte ausstellen. Zusammen mit Berlin sind wir in acht Städten vertreten. Gerade verhandeln wir über Verkaufsbedingungen mit einem Unternehmen in Polen und bereiten eine Kollektion für ein Geschäft in der Schweiz vor.*

Welche Projekte stehen an und was bringt die Zukunft?

SAG+SAL: *Wir experimentieren mit diversen Verschlusstechniken wie dem Haubenhalter, der an den Taschen allerdings sehr brachial wirkt. Neodym Magnete (Fidlock) sind bereits in Planung, die im Einkauf allerdings sehr teuer sind. Außerdem rufen Interessenten nach Rucksäcken und Laptoptaschen. Aber wir wollen das sehr langsam angehen, um noch im Manufakturstil arbeiten zu können und nicht den Überblick zu verlieren. Denn was wir nicht wollen: Arbeit auslagern. Aber auch organisatorisch denken wir schon seit einiger Zeit über einen eigenen Showroom nach.*

Schließlich aus reiner Neugierde: Was sagt uns der Name SAG+SAL?

SAG+SAL: *Das ist etwas Persönliches zwischen uns. Es ist kein Fantasiename, aber mehr sagen wir nicht.*

Wir danken Andjelko Artic und Rupert Jensch für dieses Interview.

INFO

SAG+SAL PRODUKTE:
Interessierten werden fünf Taschengrößen mit Gurtband zum Umhängen angeboten, wobei in der größten Tasche ein Leitz-Ordner, sowie Laptop und eine Wasserflasche Platz finden. Diverse Etuis für Brillen, Digitalkameras und Visitenkarten sind neben Kulturbeuteln ebenfalls erhältlich. Der Kostenpunkt der Taschen liegt je nach Größe zwischen 79,-€ und 159,-€. Für den kleineren Geldbeutel sind die Kulturtaschen zwischen 9,-€ und 59,-€ sowie verschieden farbige Schlüsselbänder für 9,-€ zu haben.

BEUTH NACHHALTIGES PRODUKT DESIGN

Das Thema Nachhaltigkeit bestimmt nicht nur die Strategen aus der Industrie. Auch unsere Hochschule, die Beuth Hochschule für Technik Berlin, konfrontiert ihre Studenten mit dieser Thematik. Im Rahmen des Bachelorstudiums Druck- und Medientechnik (DMT) setzten sich Studierende im Projekt Produkterstellung mit dem Thema auseinander. Auch hier beschäftigte den Kurs der zentrale Gedanke des „Grün-Seins". Die Idee war es, dem Begriff Nachhaltigkeit durch ein entsprechendes Design von Produkten Ausdruck zu verleihen. Besonders ist, dass zeitgleich das neue Corporate Design des Studiengangs DMT in die Produktgestaltung einfließt.

Demnach startete das Projektteam den Versuch, ein nachhaltiges Werbeartikelsortiment zu schaffen. Und wo ließen sich die Ideen besser darstellen als auf der deutschen Druckfachmesse? Denn auf der drupa 2012 teilt sich die Beuth Hochschule einen Messestand mit drei weiteren Hochschulen ähnlicher Studien-ausrichtung. Besucher und potentielle Arbeitgeber können hier nicht nur das Hochschulangebot und den Nachwuchs kennen lernen, sondern auch den Ideenreichtum der Studenten bestaunen.

Wie verhilft das Team der fixen Idee nun zum Durchbruch? Die Studenten zerbrachen sich den Kopf über nachhaltige und sinnstiftende Produkte, schauten sich auf dem Markt um, trafen sich untereinander zum Brainstorming und protokollierten ihre Ergebnisse. Schließlich können wir hier tolle Produkte, die in Kooperation mit Continental Contitech und Weidling praktisch umgesetzt wurden, näher vorstellen.

Fotos: Ada Rühring

WERBEARTIKEL: DAS NOTIZETUI AUS GUMMITUCH

Dieses kommt im handtaschenfreundlichen DIN A5-Überformat mit praktischen Verstaumöglichkeiten daher. Von Visitenkarten über Flyer und einer benutzerfreundlichen Unterbringung eines Stiftes bietet das Package alles, was für einen drupa-Rundgang nötig ist.

Sobald der eingehängte Notizblock vom fleißigen Schreiberling aufgebraucht ist, kann ein neuer eingehängt werden. Pfiffig ist die Befestigungslösung für den Stift. Der wird am Rücken des Etuis durch Schlitze im Gummituch direkt eingeschoben. Anders als bei SAG+SAL halten nicht Buchschrauben sondern Ösen wichtige Verbindungs- und Befestigungspunkte zusammen. Ein Druckknopf verschließt die Unterlagen im Innern des Etuis, sodass ein verschütteter Kaffee im Gedränge auf der Messe einfach am Gummituch abperlt.

Fazit: Daumen hoch vom Redaktionsteam – Top!

Fotos: Ada Rühring

Fotos: Ada Rühring

WWW.MEDIENCOMMUNITY.DE

HIER FINDEN SIE GRÜNE WERBEARTIKEL

GÜRTEL-TASCHE: UTENSILIEN IMMER AN DER HAND

Eine kleine Tasche aus Gummituch gibt es gleich in zwei Varianten. Als Schutzhülle für ein Smartphone ist sie ein echter Hingucker. Durch die große Öffnung hat man sein Telefon immer schnell griffbereit. Wer es besonders praktisch mag, wählt die Tasche mit Schlaufe und hängt sie sich einfach an den Gürtel. Auch hier findet ein Smartphone Platz. Eine Lasche mit Druckknöpfen verschließt die Tasche, sodass auch andere Kleinigkeiten verstaut werden und nicht herausfallen können. Besonders schick: Die Taschen sind genäht. Zu guter Letzt gibt es einen Schlüsselanhänger mit praktischer Schlaufe. Alle Gummituch-Produkte sind aus unbenutzten Produktionsabfällen. Um den Weiterverwendungsideen Nachdruck zu verleihen, tragen alle Artikel das Label reusesource. Übrigens, wer keine Gelegenheit hat, beim DMT-Messestand vorbeizuschauen, kann die Notizetuis demnächst auch online ergattern.

Die Redaktion sagt: Nachhaltig witzig! ■

SUSTAINABLE DESIGN CENTER e.V.

Kreativität bündeln. Ökologisch gestalten. Ressourcen intelligent einsetzen. Gemeinsam für eine bessere Zukunft.

Autorinnen: Maria Omelchuk und Kathleen Gutsmann

Designerstuhl aus Fabrikresten von Mareike Hadeler & Lea Brumsack
Foto: Mareike Hadeler, Lea Brumsack

Wir wollen kaufen. Wir wollen konsumieren. Wir wollen benutzen. Wir wollen ersetzen. Was nicht mehr gebraucht wird, werfen wir weg. Wir wollen im Wohlstand leben, aber nichts dafür geben. Wir führen ein Leben im Überfluss. Aber unsere Welt ist begrenzt.

Wir haben nur eine Erde. Unser Ökosystem ist aus dem Gleichgewicht geraten. Nur wenn wir umdenken, können wir nachhaltig Ressourcen schonen und die Lebensqualität für die kommenden Generationen sichern. Indem wir weniger natürliche und begrenzte Güter verbrauchen, lässt sich die Ressourcenproduktivität erhöhen. Dies erfordert ökointelligentes Denken und Handeln. Man bediene sich nur einer unerschöpflichen Ressource – der Kreativität.

Mitglieder des SDC bei der ökoRausch in Köln 2011. **Foto:** SDC Berlin

DER VEREIN

Die nachhaltige Entwicklung stärken, Umdenken erreichen, effektive und effiziente Produktgestaltung fördern – das sind die grundsätzlichen Ziele, die das Sustainable Design Center Berlin verfolgt. Der gemeinnützige Verein engagiert sich für die Aus- und Weiterbildung im Bereich nachhaltiger und ökointelligenter Gestaltung. Er bietet Interessierten die Möglichkeit, zusammen mit anderen Mitgliedern eigene und gemeinsame Projekte, Austellungen, Workshops, Lesungen und Messeauftritte zu realisieren. Auch Informations- sowie Aufklärungsveranstaltungen in Schulen und Universitäten werden organisiert und mit Leidenschaft durchgeführt. Jeder kann mitmachen – jeder kann sich engagieren und jederzeit dem Verein als Mitglied beitreten.

Seit seiner Entstehung im Jahr 2009 zählt der Verein mittlerweile etwas über 30 Mitglieder. Bis zu 600 Interessierte informieren sich regelmäßig über die neuesten Errungenschaften und Entwicklungen im Bereich Ökodesign und Nachhaltigkeit. In den letzten zwei Jahren wurden zahlreiche kleine und große Projekte erfolgreich verwirklicht. Das bisher größte wurde in Zusammenarbeit mit dem Umweltbundesamt durchgeführt. Der Ressourcenkurzfilm „Flow“ erschien in 5 Sprachen und beschäftigt sich mit einem der dringlichsten Probleme unserer Gesellschaft – der nachhaltigen Ressourcennutzung. Unter www.sustainable-design-center.de ist der Film zu sehen.

> *„Die Leute sollen aus unseren Vorträgen gehen und denken: WOW, so hab‘ ich darüber noch nie nachgedacht!“* MORITZ GRUND

STAMMTISCH UND MEHR

Regelmäßig versammeln sich Mitglieder des Vereins, um sich über spezielle Themen, neue Entwicklungen und Ideen auszutauschen und zu diskutieren. Der jeden 2. Monat von Mareike Hadeler und Tanja Krakowski organisierte Stammtisch wird in Zukunft im Modulor Haus am Moritzplatz stattfinden. Natürlich sind auch interessierte Nicht-Mitglieder herzlich willkommen, kostenlos an der Diskussionsrunde teilzunehmen um den Verein und seine Mitglieder kennenzulernen. Im monatlichen Wechsel mit der Stammtisch-Runde findet außerdem ein Stammtisch-Vortrag statt. Dazu werden Redner und Experten geladen.

Links: Dokumentarfilmer Valentin Thurn (Taste the Waste) zu sehen bei einem Vortrag.
Oben: ökoRausch Köln 2011
Fotos: SDC Berlin

INTERVIEW

Maria O./Kathleen G. | Moritz G.

Wie wurde die Gründung des SDC initiiert?

MORITZ: *Gemeinsam mit Sebastian Feucht, den ich an der Udk in Berlin kennenlernte, führte ich 2007 in Kooperation mit dem internationalen Designzentrum in Berlin mehrere Veranstaltungen zum Thema „Nachhaltige Gestaltung" durch. Nach zwei Jahren Erfahrung gründeteten wir mit fünf weiteren Mitgliedern den gemeinnützigen Verein SDC.*

Was kann ich als Mitglied des SDC erwarten?

MORITZ: *Wir sind eine Non-Profit-Organisation. Das SDC bietet allen Interessierten und Beteiligten die Möglichkeit, sich direkt an den neusten Errungenschaften nachhaltiger Gestaltung zu beteiligen. Jeder kann sich an unserem Erfahrungsschatz bereichern, Ansprechpartner und Informationen finden. Unter Gleichgesinnten ist es auch einfacher, Mitstreiter zu finden und gemeinsame Ziele zu erreichen.*

Welches war das bisher spannendste Projekt?

MORITZ: *Spannend ist eigentlich alles, weil man die jeweiligen Projekte immer zum ersten Mal macht. In Erinnerung ist mir auf jeden Fall der Film „Beyond Climate Change – Flow" geblieben. Die Herausforderung bestand darin, die Daten und Fakten verständlich aufzubauen. Wir haben sehr viel Leidenschaft und Herzblut in den Film gelegt und ich denke er kann sich sehen lassen.*

Worauf dürfen wir uns 2012 freuen?

MORITZ: *Auf jeden Fall auf spannende Vorträge und Workshops von den Mitgliedern und natürlich uns selbst. Auf neue Mitglieder mit eigenen, aufregenden Projektentwürfen und hoffentlich viele neue Film- und Lehraufträge.*
Ich würde mich freuen, wenn sich die bestehenden Formate etablieren und die Leute wissen, dass es unseren Stammtisch gibt und wer wir sind.

DER **GRÜNE** FADEN

Was gilt es alles auf dem Weg von der Idee zum fertigen Printprodukt zu beachten, um die Lippen vor Gewissensbissen zu schützen? Folgen wir dem grünen Faden.

Autor und Autorin: Andreas Raeder und Steffi Kaiser

Der Umweltschützer und Exekutivdirektor der UNEP (United Nations Environment Programme) Achim Steiner beschrieb Ende letzten Jahres die Lage der Weltklimapolitik mit den drastischen Worten: „Die Ampel steht schon auf Rot, aber wir geben weiterhin Vollgas“. Die Notwendigkeit, einen bewussteren Umgang mit der Umwelt und den Ressourcen zu finden, ist nicht von der Hand zu weisen. Unabhängig von den Entwicklungen auf dem internationalen Parkett müssen in der Druck- und Medienindustrie Verfahren und Konzepte weiterentwickelt werden, die einen bestmöglichen Schutz der Umwelt und des Klimas sicherstellen sollen.

Printprodukte in diesem Zuge umweltbewusst zu gestalten, heißt nicht nur, Designelemente à la grüne Blätter zu verwenden, um ihnen einen entsprechenden Anstrich zu geben. Das Bewusstsein für einen ökologisch sinnvollen Materialeinsatz und für die Notwendigkeit nachhaltiger Prozesse verstärkt sich zunehmend. Vermehrt wird auf Logos geschaut, welche Hinweise auf die umweltverträgliche Herstellung eines Produktes geben sollen. Begleiten wir also ein Printprodukt auf seinem Weg von der Konzeption zum gedruckten Erzeugnis. Folgen wir dem grünen Faden, der beispielhaft an der Materialauswahl, dem Druck, der Veredelung und dem Versand entlangführt und unter den heutigen Bedingungen eine möglichst umweltverträgliche Herstellung erreichbar machen soll.

> *„Die Ampel steht schon auf Rot, aber wir geben weiterhin Vollgas.“*
>
> ACHIM STEINER

WHICH PARTNER TO FLIRT WITH

Schon während der Konzeption und Gestaltung eines Printprodukts ist es hilfreich, sich für eine Druckerei zu entscheiden. Je früher man sich mit dem Partner über die Einzelheiten der Produktion verständigt, desto erfolgreicher und störungsfreier läuft der Prozess ab und desto zufriedener sind alle Beteiligten. Bei der Wahl der Druckerei sollten nicht vorrangig die Preise entscheiden. Vielmehr sollten, im Hinblick auf die Umwelt, Fragen gestellt werden wie: Ist der Druckdienstleister nach einer Umweltmanagementnorm zertifiziert, wie beispielsweise der DIN EN ISO 14001 oder EMAS III, verfügt er über ein FSC-Zertifikat oder verfolgt er weitere Aktivitäten im Bereich Umwelt, wie beispielsweise den Einsatz von Öko-Strom? Interessant ist auch, ob die für den Druckauftrag entstandenen CO_2-Emissionen über Klimaschutzprojekte ausgeglichen werden können.

HOW TO ECO-PIMP YOUR MATERIALS

In diesem Zusammenhang sollte ebenfalls ein Blick auf die von der Druckerei eingesetzten Materialien geworfen werden: Sind die Druckfarben frei von umweltschädlichen Mineralölen, ist der verwendete Lack wasserbasiert, wird womöglich alkoholfrei oder -reduziert und somit verträglicher für Mensch und Umwelt gedruckt? ➥

Foto: Alexander Koppin, Maik Eberhardt

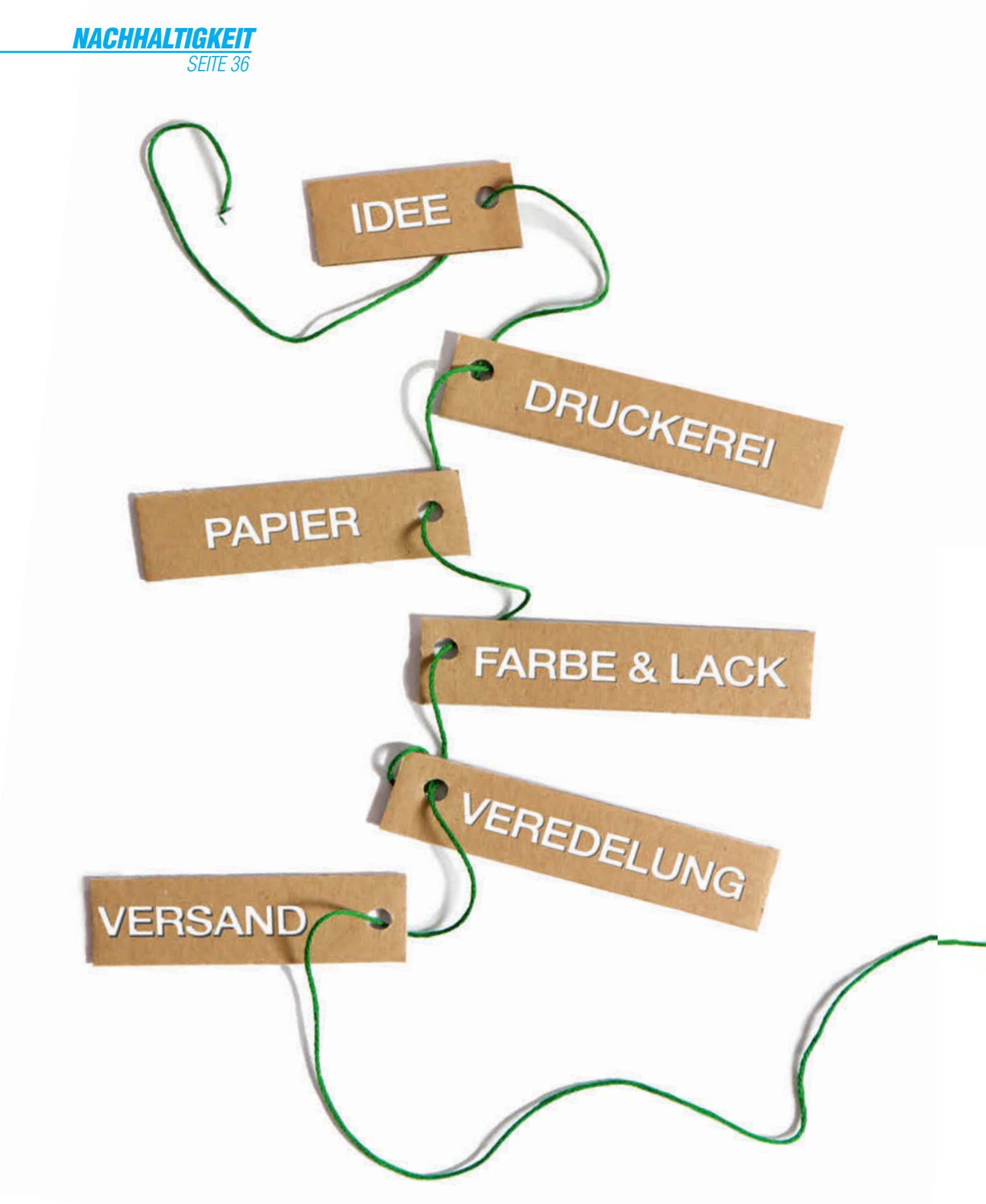


Foto: Alexander Koppin, Maik Eberhardt

Den Farben sollte eine besondere Beachtung zuteilwerden, da Mineralölbestandteile, besonders durch Lebensmittelverpackungen, welche meist zu 100% aus Recyclingpapier hergestellt werden, in die Lebensmittel übergehen können.

Bei der Wahl des geeigneten Papiers, idealerweise eines Recyclingpapiers, sollte man sich von der Druckerei beraten lassen und deren Erfahrungen der Be- und Verdruckbarkeit der verschiedenen Papiere berücksichtigen. Recyclingpapiere weisen heutzutage nahezu die gleichen qualitativen Merkmale wie Frischfaserpapiere auf und verbrauchen zudem weniger Wasser und CO_2 bei der Produktion.

Insbesondere Papiere mit dem „Blauen Engel", dem bekanntesten und ältesten Umweltzeichen, sind erste Wahl, wenn es um Umweltschutz und höchste Qualitätsanforderungen geht. Sie müssen zu 100% aus Altpapier hergestellt sein. In der Aufbereitung der Fasern dürfen keine Bleichmittel oder andere optische Aufheller verwendet werden, chemische Produktionshilfsstoffe sind gänzlich verboten oder haben strikte Obergrenzen. Der „Blaue Engel" setzt aber nicht nur Ansprüche in Umweltbelangen, sondern fordert auch einen hohen Arbeits- und Gesundheitsschutz in den Produktionsstätten. Die, von vielen staatlichen Institutionen geforderte, Altersbeständigkeit der Papiere zu Archivierungszwecken wird von „Blauen Engel" zertifizierten Papieren ebenfalls erfüllt.

Neben der Herstellung der Papiere sollte ebenfalls auf die Herkunft der Papierrohstoffe geachtet werden. Ein vertrauenswürdiges Zertifikat vergibt die Nichtregierungsorgansisation Forest Stewardship Council (FSC), welche sich für einen verantwortungsvollen Umgang mit den Waldressourcen einsetzt. Zu beachten ist, dass nur Unternehmen, die über eine FSC-Produktkettenzertifizierung (engl. Chain of Custody, CoC) verfügen, berechtigt sind, FSC-zertifizierte Papiere zu verdrucken und mit dem FSC-Label zu versehen.

FINISHING THE PRODUCT

Der grüne Faden sollte auch in der Weiterverarbeitung und Veredelung der Produkte Beachtung finden. Als sehr effektvolle und zudem umweltfreundliche Veredelung ist das Prägen oder Stanzen eine ideale Alternative, sich mit seinem Produkt abzuheben. Werden Folien oder Lacke zum Veredeln eingesetzt, so sollten diese recyclingfähig und frei von Schwermetallen sein.

Mit der nachhaltigen Produktion ist der letzte Schritt noch nicht getan. Das fertige Produkt sollte auch möglichst klimaneutral an die Empfänger versendet werden. Die Deutsche Post beispielsweise bietet mit GoGreen ein eigenes Umweltschutzprogramm. CO_2-Emissionen, die beim Versand entstehen, werden laut Deutscher Post nach internationalen Standards ermittelt und bilanziert. Anschließend erfolgt eine Neutralisation des Ausstoßes durch Investitionen in ausgewählte und registrierte Klimaschutzprojekte, ebenso wie beim klimaneutralen Drucken.

FROM CRADLE TO CRADLE

Wer sich auf diesen Wegen mit seinen Ansprüchen in Umweltbelangen noch immer nicht wohlfühlt, kann mit dem Cradle2Cradle-Konzept von Michael Braungart und William McDonough einen völlig neuen Weg gehen. Cradle2Cradle-Produkte werden so konzipiert, dass jeder Bestandteil im Verwertungsprozess zu 100% in einem neuen Produkt wiederverwendet werden kann – ganz wie in der Natur, in deren Kreislauf ebenfalls kein Abfall entsteht. Bei konventionellen Recyclingverfahren hingegen sind Produkte oder Produktbestandteile, aufgrund ihrer für eine Wiederverwertung oftmals nicht vorgesehenen Grundkonstruktion, nicht unbegrenzt recyclingfähig.

Das Cradle2Cradle-Konzept sollte als Vorbild genommen werden, um nach dessen Grundsätzen Verfahren zu entwickeln, die das Alltagsgeschäft der Druckindustrie nachhaltig grüner gestalten. ■

Aktuelle Entwicklungen im Bereich der nachhaltigen Medienproduktion werden auf dem ***Media Mundo Kongress*** durch verschiedene Referenten aus der Praxis thematisiert.
www.mediamundo.biz

Wer in die Thematik des nachhaltigen Designs einsteigen will, dem sei Aaris Sherins ***„Grafikdesign nachhaltig – Ein Handbuch über Materialien und Herstellungsverfahren für Grafikdesigner und deren Kunden"*** ans Herz gelegt.
www.stiebner.com

QUO VADIS?

Lohnt sich der Studiengang Druck- und Medientechnik und gibt es Chancen auf dem Arbeitsmarkt? Wir wollten es wissen.

Autoren: Silvio Schneider und Björn Voigt

Foto: shutterstock

Nach der lateinischen Übersetzung bedeutet Studieren „sich um etwas bemühen“ bzw. „nach etwas streben“. Der Studiengang Druck- und Medientechnik existiert mittlerweile seit über 16 Jahren. Zeit für uns ein Resümee zu ziehen: Hat sich das „Bemühen“ bzw. „Streben“ der bisherigen Diplom-, Bachelor- und Masterabsolventen im Berufsleben nachhaltig ausgezahlt?

TOP OF THE PROFS

Studieren soll Spaß machen – den meisten Alumni hat es das auch. Für eine erfüllte Vorlesung benötigt man neben netten Studenten natürlich auch sympathische Professoren, die einem den Lehrstoff in motivierender Weise vermitteln.

Wir küren daher, mit Hilfe der Umfrageteilnehmer, nachfolgend die beliebtesten Professoren des Studienganges Druck- und Medientechnik.

Prof. H. Peschke | **Platz 1**
Prof. A. König | **Platz 2**
Prof. K. Fleischmann | **Platz 3**
(mittlerweile nicht mehr an der Hochschule tätig)

Foto: dchapell

SELBSTSTÄNDIGKEIT GEWÜNSCHT?

Zu diesem Zweck starteten wir eine Online-Umfrage unter den ehemaligen DMT-Studenten, an der 60 Alumni teilnahmen. Fast alle der Befragten (82%) fanden direkt im Anschluss des Studiums einen Job. Für zwei Drittel waren dabei die im Studium und Praxissemester geknüpften Kontakte hilfreich – die Praxisorientierung der Beuth Hochschule für Technik (ehemals TFH) scheint sich auszuzahlen. Die restlichen 18 %, die nicht direkt im Anschluss des Studiums Arbeit fanden, benötigten durchschnittlich ein Jahr für die Suche nach einer Festanstellung. Positiv anzumerken ist, dass niemand Teilzeit arbeiten muss.

Medienagenturen stellen mit 44% den größten Arbeitgeberanteil dar, gefolgt von Druckereien (28%) und Verlagen (16%). Nur jeder zehnte möchte sein eigener Chef sein und machte sich selbstständig. Die Aussicht, einen Job in Berlin zu ergattern, ist relativ hoch. Drei Viertel der Teilnehmer fanden hier ihren Arbeitsplatz in größtenteils mittelständischen Unternehmen. Interessant ist, dass nur jeder zweite eine Führungsposition begleitet und alle anderen als normale Mitarbeiter angestellt sind.

Die Hälfte aller Befragten gab an, schon vor dem Studium eine abgeschlossene Berufsausbildung im Bereich Druck und Medien absolviert zu haben. Der Beruf des Druckers ist mit 20% jedoch dem Beruf des Mediengestalters (80%) weit unterlegen. Daraus lässt sich schließen, dass ein Großteil sein Berufsleben nicht als Sackgasse betrachtet, sondern Wert darauf legt, eine höchst mögliche Qualifikation zu erreichen.

> *„Studierende erhalten an der Beuth Hochschule eine praxisorientierte Lehre.“* PROF. DR. MONIKA GROSS

QUAESTIONES EVENTUS – KENNZAHLEN

31
Durchschnittsalter der befragten DMT-Alumni, die jeweils zur Hälfte männlich und weiblich sind

38 700 €
Durchschnittliches Jahresgehalt (inkl. Boni und Weihnachtsgeld) der Umfrageteilnehmer

93 %
Zahl der berufstätigen ehemaligen Studenten. Nur 7 % sind demnach arbeitslos bzw. -suchend

SPASS MUSS SEIN

Wir wollten von den befragten Absolventen wissen, wie gut sie das Studium auf ihr Berufsleben vorbereitet hat: Das Ergebnis ist enttäuschend, da sich zwei Drittel als unvorbereitet fühlten. Doch Spaß gemacht hat das Studieren allemal, dies erklärten immerhin 93% der Umfrageteilnehmer.

Unser Fazit: Im Hinblick auf das Berufsleben scheint der Studiengang Druck- und Medientechnik bisher eine solide Basis gewesen zu sein. Er bietet durch seine Praxisnähe gute Chancen auf dem Arbeitsmarkt und kann sich größtenteils nachhaltig in den Werdegang der Studierenden integrieren. ■

SELBSTSTÄNDIG NACH DEM STUDIUM

Studium abgeschlossen: Doch was kommt dann? Ist die Selbstständigkeit eine mögliche Alternative zur Festanstellung?

Autor: Johannes Storz

In der Zeit seines Studiums beschäftigt sich jede Studentin und jeder Student mit seiner weiteren beruflichen Laufbahn. Das Beschäftigungssystem hat sich geändert, die Formel Universitätsabschluss und danach Anstellung auf Lebenszeit gehört der Vergangenheit an. Es ist schon lange nicht mehr selbstverständlich, dass man nach seinem abgeschlossenen Studium auch in seinem Traumberuf, für den man hart gearbeitet und gelernt hat, auch arbeiten kann.

Startet die Mehrheit in einer klassischen Festanstellung, so gibt es auch einen Teil der Absolventinnen und Absolventen, die nach ihrem Studium darüber nachdenken, sich selbstständig zu machen und gerne direkt aus der Hochschule in ein StartUp wechseln möchten. Das war lange Zeit vor allem eine Angelegenheit von Freiberuflern, wie z.B. Architekten oder Juristen. Doch in letzter Zeit gründen vermehrt auch Studenten und Absolventen technologieorientierter Fachrichtungen, z.B. aus der Informatik oder den Naturwissenschaften, gerade Unternehmensgründungen im wissenschaftlich-technologischen Bereich werden als bedeutsam für die Volkswirtschaft angesehen. Allerdings können diese Studenten in der Regel nicht mit einem hohen Kapital zur Verwirklichung ihrer Selbstständigkeit aufwarten. Damit das Vorhaben der Unternehmungsgründung auch tatsächlich gelingt, müssen diverse Anforderungen erfüllt werden.

So haben Hochschulabsolventinnen- und Absolventen mit naturwissenschaftlichem oder technischem Hintergrund oft eine Geschäftsidee, doch unterschätzen sie häufig den langen Weg bis zum fertigen Produkt und zur Markteinführung.

Schnell werden sie mit Fragen konfrontiert, z.B. wie sieht mein Businessplan aus, welche Finanzierung benötige ich, wo beantrage ich Fördergelder usw., das sind nur einige wenige Fragen, welche auf Existenzgründer zukommen und gewissenhaft abgearbeitet werden müssen, um den nachhaltigen Erfolg der Unternehmensgründung zu gewährleisten. Aus diesem Grund gibt es verschiedene Förderprogramme und Unterstützung, welche den Weg in die Selbstständigkeitt unterstützen. Eine mögliche Unterstützung ist das bundesweite Förderprogramm EXIST des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWI), welches aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds

Schlagwörter zum Thema Unternehmensgründung

Grafik: Johannes Storz

Foto: Maik Eberhardt, Alexander Koppin

WWW.EXIST.DE

„EXIST-GRÜNDER-STIPENDIUM“

(ESF) finanziert wird. EXIST möchte das Gründungsklima an Hochschulen und Forschungseinrichtungen verbessern und die Zahl technologie- und wissensbasierter Unternehmensgründungen steigern.

DAS EXIST-GRÜNDERSTIPENDIUM

Eine Möglichkeit der Förderung von EXIST stellt das EXIST-Gründerstipendium mit einer Laufzeit von 12 Monate dar. Es unterstütz innovative Unternehmensgründungen aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen in der Frühphase.

Gegenstand der Förderung sind die Ausreifung einer Geschäftsidee zu einem tragfähigen Businessplan, die Entwicklung marktfähiger Produkte und Dienstleistungen, sowie die gezielte Vorbereitung einer Unternehmensgründung.

Ein großer Vorteil des EXIST-Gründerstipendiums ist die Tatsache, dass man noch während der Förderlaufzeit sein eigens Unternehmen auch gründen kann. Die Zielgruppe für das EXIST-Gründerstipendium sind Studierende, die mindestens die Hälfte ihres Studiums absolviert haben, Absolventen bis 5 Jahre nach Abschluss, sowie wissenschaftliche Mitarbeiter/innen aus Forschungseinrichtungen.

FÖRDERUMFANG

Der Förderumfang umfasst die Sicherung der Kosten für den Lebensunterhalt der Gründerinnen und Gründer, derzeit Personalkosten für Absolventen mit Hochschulabschluss in Höhe von 2.000 Euro pro Monat und für Studierende derzeit 800 Euro/Monat, sowie Mittel für Sachausgaben und Coachingmittel. Die Betreuung während der ganzen Unternehmensgründung wird durch einen Mentor aus der Hochschule begleitet. Eine weitere Fördermöglichkeit stellt die Gründerwerkstatt der Beuth Hochschule für Technik in Berlin dar, auf die nun folgend näher eingegangen werden soll.

DIE GRÜNDERWERKSTATT DER BEUTH HOCHSCHULE FÜR TECHNIK

Keine andere Stadt ist so für junge StartUps geeignet wie Berlin. Das relativ niedrige Lohn- und Mietniveau, eine große vorhandene Freelancer-Szene, viele Gründer-Networking-Möglichkeiten und noch vieles mehr, liefern die guten Rahmenbedingugen für Gründungen hier in der Stadt. Viele dieser Geschäftsideen wurden während des Studiums und in der Zeit der Abschlussarbeit geboren.

Aus diesem Grund heraus hat die Beuth Hochschule für Technik Berlin, mit seinem StartUp-Inkobator Business Innovation Centre, der Gründerwerkstatt, einen optimalen Ort für kreative und professionelle Unternehmensgründungen geschaffen. In den Räumlichkeiten der Kurfürstenstraße 141 / 10785 Berlin, befinden sich vier Großraumbüros, ein Sitzungsraum mit Teeküche und der Empfangsbereich mit einladender Säulenarchitektur. Einige Räume stehen unter Denkmalschutz, was der modernen Ausstattung aber nicht abträglich ist.

Am Anfang steht die Idee. Das Beratungsangebot und die finanziele Unterstützung der Beuth Hochschule helfen jungen Unternehmen bei der Umsetzung. Hier können Studierende kurz vor dem Abschluss, sowie Absolventinnen und Absolventen aller Hoch- und Fachhochschulen Deutschlands mit Hauptwohnsitz in Berlin, ihre innovative Geschäftsidee planen und in die Tat umsetzten. Ziel des Förderprojektes ist es, optimale Rahmenbedingungen für den Gründungsprozess von Hochschulabsolventen zur Verfügung zu stellen und das Bewusstsein für unternehmerisches Denken und Handeln zu fördern.

Die Gründerwerkstatt begleitet und unterstützt Unternehmensgründerinnen und Gründer mit Hochschulabschluss, welche eine technologiebasierte Unternehmensgründung oder eine produktbasierte Dienstleistung am Markt etablieren wollen, bei der Umsetzung ihrer Geschäftsidee. Gefördert wird das Projekt von der Berliner Senantsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, sowie aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds.

Foto: Maik Eberhardt, Alexander Koppin

DAS STIPENDIUM IM ÜBERBLICK

In der Gründerwerkstatt erhalten Gründerinnen und Gründer in der Regel als Team 18 Monate lang ein Stipendium in Höhe bis zu 4.000 Euro, sowie kostenlose Arbeitsplätze. Durch diese finanzielle Unterstützung ist es den Gründern möglich, sich voll auf den Unternehmensaufbau zu fokussieren. Gerade in der schwierigen Anfangsphase soll damit der Lebensunterhalt gesichert sein, um das Unternehmen erfolgreich aufzubauen.

Die Stipendien werden halbjährlich von der Beuth Hochschule ausgeschrieben, so dass sich in der Gründerwerkstatt parallel Unternehmen in verschiednen Phasen Ihres Gründungsprozesses befinden. Die Stipendiatinen und Stipendiaten müssen während der gesamten Förderung Ihren ersten Wohnsitz in Berlin haben und dürfen neben der Förderung zusammenhängenden Gründertätigkeit, keiner anderen Vollzeitbeschäftigung nachgehen.

AUSTAUSCH MIT ANDEREN FÖRDERT DEN ERFOLG

In der Gründerwerkstatt ist man als Team ständig in Kontakt mit anderen Gründerteams, die sich in den verschieden Phasen ihres Gründungsprozesses befinden und parallel in den Räumlichkeiten der Gründerwerkstatt an der Realisierung ihrer Unternehmensidee arbeiten.

Anfänger, sowie Teams, die bereits Beratungsangebote in Anspruch genommen haben und erfahrene Teams am Ende ihrer Förderperiode, fördern das Gemeinschftsgefühl und den Austausch zwischen den einzelnen Gründerteams. Es ist die grundlegende Philosophie der Gründerwerkstatt, den Erfahrungsaustausch zwischen den Gründern zu initiieren, weil sich die Probleme in der Startphase einer Gründung oft ähneln bzw. gleichen. Junge Teams können deshlab erheblich vom Erfahrungsaustausch der älteren Gründer profetieren. Aus diesem Grund befinden sich die Arbeitsplätze in drei Großraumbüros, dadurch ist ein permanenter Austausch von Erfahrungen zwischen den Gründerteams gesichert. Bei einigen Teams geht die gemeinsame Arbeit über die Zeit in der Gründerwerksatt hinaus. Die jungen Unternehmer haben sich so aneinander gewöhnt, dass sie sich nach dem Auslaufen der Förderung gemeinsam in neue Büroräume einmieten.

ABLAUF UND BERATUNGEN

Neben der materiellen Unterstützung, bietet die Gründerwerkstatt auch noch zahlreiche Angebote, wie z.B. Mentoringmöglichkeiten durch die Professorinnen und Professoren der Beuth Hochschule, sowie betriebwirtschaftliche Beratungen beim Unternehmensaufbau von einer Rechtsanwaltskanzlei ergänzen das Angebot und stabilisieren die Gründungsprozesse, damit sich die Jungunternehmer nach Förderungsablauf erfolg-

reich am Markt etablieren können. Der ganze Gründungsprozess wird mit einer Seminarreihe begleitet, welche von einem Ehemaligen des Projekts durch geführt wird und der aufggrund seiner Erfahrungen eine praktische Sichtweise auf die Thematik hat und entsprechend nützliche Hinweise geben kann. Einmal im Monat treffen sich alle Gründerteams zum Jour Fix. Bei diesem Treffen stellen sich in der Regel zwei Teams vor, beantworten Fragen und bekommen von den anderen Gründerinnen und Gründer, Anregungen und Tipps, besonders werden ihre Konzepte auf die Umsetzbarkeit kritisch hinterfragt.

BEWERBUNG

Interessierte Gründer können sich mit einem Businessplan, im Umfang von max. 20 Seiten, halbjährlich um ein Stependium in der Gründerwerkstatt bewerben. Benötigte Unterlagen, sowie vollständige Informationen zu dem Bewerbungsablauf sind auf der Internetseite der Gründerwerkstatt zusammen gestellt. Ein Rechtsanspruch auf ein Stependium besteht nicht.

WWW.BEUTH-HOCHSCHULE.DE
/GRUENDERWERKSTATT

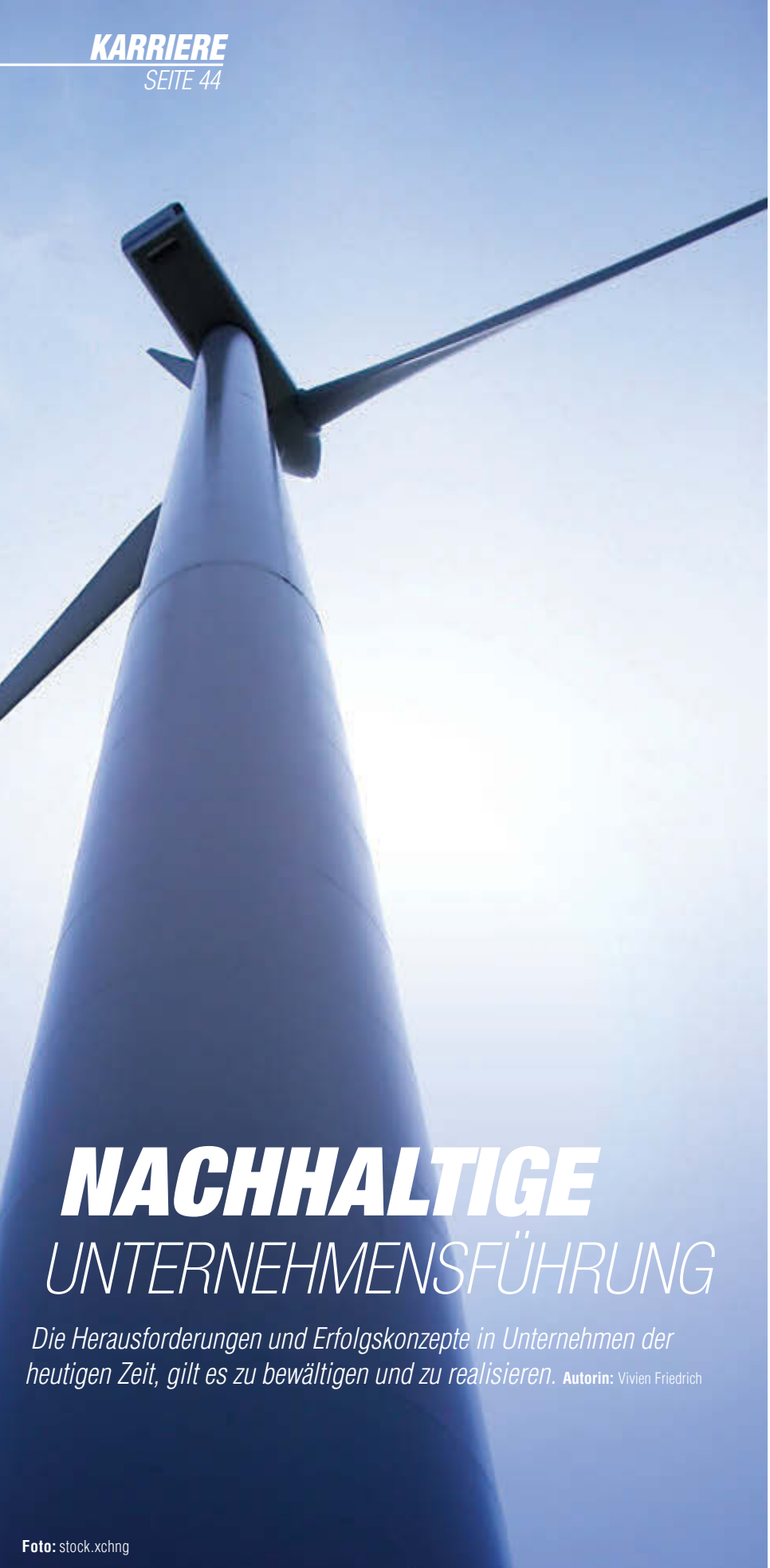
GRÜNDERWERKSTATT

FAZIT

Um international wettbewerbsfähig zu bleiben, ist Deutschland auf technologiebasierte Unternehmensgründungen angewiesen. Seit dem Start des Programms im Jahr 2005, setzten Jungunternehmen ihre Geschäftsidee in der Gründerwerkstatt um, mittlerweile in der fünften Generation, somit leistet die Gründerwerkstatt einen wichtigen Beitag zur Umsetzung von technologisch orientierten Gründungen aus dem Hochschulbereich. 85% der Stipendiatinnen und Stipendiaten haben nach Abschluss des Projekts den Markteintritt geschafft, oder stehen unmittelbar vor Realisierung. Für gründungswillige Absolventen, ist die Aufnahme in die Gründerwerkstatt der Beuth Hochschule eine gute Möglichkeit, mit Unterstützung und in einem geordneten Umfeld ihr Unternehmen erfolgreich zu planen und zu realisieren.

Die Gründerwerkstatt der Beuth Hochschule unterstützt mit dem Stipendium, sowie der Möglichkeit der kostenlosen Nutzung von notwendiger Infrastruktur den Sprung in die unternehmerische Selbständigkeit Zahlreiche Preisgewinne der Stipendiaten und Stipendiatinnen betätigen den Erfolg der guten Arbeit in der Gründerwerkstatt, welche die Gründerteams Jahr für Jahr gewinnen. Abschliessend betrachtet kann man sagen, Selbstständig arbeiten, heißt selbst und ständig arbeiten, darüber muss sich jeder Gründungsinteressierte klar sein. Erfolgsgesichten á la Facebook bezüglich StartUps, welche den leichten Weg zum Erfolg suggestieren, sollten aber nicht über die Tatsache hinweck täuschen, dass der Weg zum eigenen Unternehmen meist recht mühsam und sehr arbeitsintensiv verläuft. Wer also eine Geschäftsidee hat, flexibel ist, Eigenverantwortung übernehmen will und sich selbst motivieren kann, gern, viel und kreativ zu arbeiten und zudem über solides Praxiswissen verfügt, für den stellt die Möglichkeit der Unternehmensgründung eine wirklich berufliche Alternative nach dem Hochschulabschluss dar. ■

Foto: Maik Eberhardt, Alexander Koppin



NACHHALTIGE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die Herausforderungen und Erfolgskonzepte in Unternehmen der heutigen Zeit, gilt es zu bewältigen und zu realisieren. **Autorin:** Vivien Friedrich

Foto: stock.xchng

Zunächst stellt sich vor allem die Frage, was mit Nachhaltigkeit eigentlich gemeint ist. Schaut man in die aktuell einschlägige Literatur, die Berichterstattung der Medien oder die Veröffentlichungen von Unternehmen trifft man zunächst auf ein Begriffswirrwarr, in dem jeder den Begriff so definiert wie es ihm beliebt. Es gibt viele Ansätze die versuchen Klarheit zu schaffen.

So auch die Definition der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages, die Nachhaltigkeit als die Konzeption einer dauerhaft zukunftsfähigen Entwicklung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension menschlicher Existenz versteht. Spricht man also ausgehend von diesem Ansatz von Nachhaltigkeit sind nicht nur rein ökologische Belange Teil unternehmerischer Verantwortung, wie oftmals fälschlicherweise angenommen.

> *„Nachhaltigkeit: die Konzeption einer dauerhaft zukunftsfähigen Entwicklung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension menschlicher Existenz.“*
>
> ENQUETE-KOMMISSION DES DEUTSCHEN BUNDESTAGES

Hinsichtlich dieses Aspekts wirft auch das Thema Nachhaltigkeit in der Druckbranche neue Fragen auf, welche sich häufig ausschließlich mit umwelttechnischen Anforderungen auseinandersetzt. Kann in diesem Zusammenhang überhaupt von Nachhaltigkeit im Sinne der Enquete-Kommission gesprochen werden? Auf dem Weg zu einem nachhaltigen

Das FSC-Label mit dem Baum: steht bei Produkten aus Wäldern weltweit für Transparenz und Glaubwürdigkeit.

INFO

FSC-ZERTIFIZIERUNG: Forest Stewardship Council; zur Zertifizierung von Forstwirtschaft; wurde gegründet zur Sicherung der nachhaltigen Waldnutzung

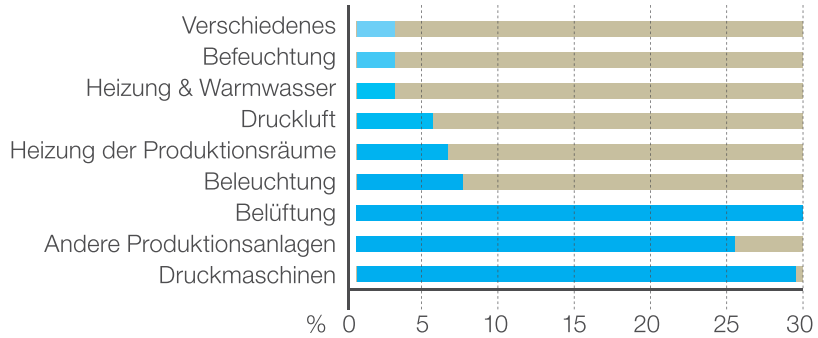
ISO 14001: internationale Umweltmanagementnorm

EMAS: Eco-Management and Audit Scheme, freiwilliges Gemeinschaftssystem

Foto: stock.xchng

Unternehmen müssen stets höchst komplexe Probleme gelöst und Widersprüche abgewogen werden. Ähnlich anderer Branchen lassen sich auch im Druck einige Faktoren priorisieren, die in erster Linie kritisch für die Nachhaltigkeit zu betrachten sind. So sind die wichtigsten Themen beim Umweltschutz Emissionen, Abfälle und der Stromverbrauch.

Die unten stehende Abbildung veranschaulicht die prozentuale Aufteilung der Energiekosten einer deutschen Druckerei und hilft bei der Ermittlung und Priorisierung von Maßnahmen zur Energieeinsparung. Im sozialen Bereich ist Zahl der Maßnahmen überschaubar: Aus- und Weiterbildung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie eine gute Mitarbeiter-Innenführung sind als zentrale Punkte zu nennen. In der Druckindustrie ist Nachhaltigkeit zum Synonym für Maßnahmen wie die FSC-Zertifizierung, die ISO 14001 und klimaneutrales Drucken geworden. Diese Standards spielen eine wichtige Rolle, denn sie erleichtern den Unternehmen die Einführung von nachhaltigen Maßnahmen. Es sich dabei nur um freiwillige Regelwerke, die jeweils unterschiedliche Standards und Anforderungen enthalten. Letztlich entscheidet jeder Betrieb selbst, wie verantwortlich er sich fühlt und welche Maßnahmen er umsetzen möchten. ↪



Prozentuale Aufteilung der Energiekosten in einer deutschen Druckerei.
Quelle: Environ/Sun Chemical

SCHLECHTER ERSATZ FÜR RECHT?

Ist freiwillige Selbstregulierung somit nur ein schlechter Ersatz für Recht? Sicherlich wird die Zukunft zeigen, ob gesetzliche Regelungen folgen müssen, um ein generelles Umdenken zu bewirken. Denn obwohl es bereits einige große Druckereien geschafft haben Nachhaltigkeitsmanagement in ihre Unternehmensstrategie zu integrieren, sieht es in der gesamtdeutschen Branche noch mager aus.

So setzt sich immer noch die Minderheit aller Druckbetriebe mit Nachhaltigkeitsthemen auseinander bzw. nutzt Nachhaltigkeit nur im Rahmen des „Greenwashing“ als Marketinginstrument, um Wettbewerbsvorteile zu erlangen. Besonders in mittelständischen Betrieben gilt es zunächst das Überleben des Unternehmens zu sichern und eine kostengünstige Produktion anzubieten. Hier wird der Zwiespalt dem sich viele Druckbetriebe stellen müssen deutlich. Auf der einen Seite das Vorantreiben einer umweltschonenderen Produktion und auf der anderen Seite den Anforderungen des Marktes gerecht werden zu müssen. Diesen Widerspruch bekommt auch „Oktoberdruck“, eine selbstverwaltete Druckerei die nach dem europäischen Öko-Audit-System geprüft ist, tagtäglich zu spüren. Die Druckerei bietet ihren Kunden die Option „klimaneutrales Drucken“ an, das aber laut eigenen Angaben immer noch viel zu selten in Anspruch genommen wird.

GENERELLES UMDENKEN GEFORDERT

Vor allem bei Kunden aus den öffentlichen Verwaltungen wünscht sich die Druckerei mehr ökologische Kriterien bei den Ausschreibungen. Bei öffentlichen Aufträgen zählt häufig der Preis, dabei könnten diese Auftraggeber ihre Kaufkraft und Vorreiterfunktion hier noch stärker für ökologische Kriterien einsetzen. In der Konsequenz muss es also zunächst auch ein gesellschaftliches Umdenken geben, um den Prozess der Entwicklung hin zu einer nachhaltigen Druckproduktion zu beschleunigen. Das Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg kein Widerspruch sein muss und sogar Chancen für Druckbetriebe bieten kann, zeigt das Beispiel Druckstudio Düsseldorf. Werner Drechsler, der Geschäftsführer meint dazu: „Ökologisch ist auch ökonomisch“. Mit der konsequenten Ausrichtung auf Energieeinsparung und Umweltschutz wurde sein Unternehmen bereits zu den zwölf umweltfreundlichsten Druckunternehmen weltweit gekürt.

> *„Ökologisch ist auch ökonomisch.“*
> WERNER DRECHSLER

Das Unternehmen minimierte nicht nur seine Energiekosten, sondern konnte

durch die neue nachhaltige Ausrichtung gegen den Trend viele neue Kunden gewinnen und stark wachsen. In den vergangenen sechs Jahren hat das Druckstudio Düsseldorf unter anderem im Rahmen der Teilnahme am Ökoprofit Projekt der Stadt Düsseldorf gezielt Maßnahmen umgesetzt, wie den Einsatz von energieeffizienten Leuchtmitteln und der Umstellung auf Ökostrom. Zudem wurde eine Photovoltaik-Anlage installiert. Durch die Installation einer Wärme-Rückgewinnungsanlage an den Druckmaschinen benötigt das Unternehmen kein Heizöl mehr. Diese Maßnahmen halfen der Druckstudio Gruppe jährlich insgesamt ca. 485 Tonnen CO_2 zu sparen.

Im Dezember 2011 verkündete der Betrieb das die Produktion durchgängig auf die umweltfreundlichen Verbrauchsmaterialien der „Saphira Eco-Linie“ der Heidelberger Druckmaschinen AG umgestellt wird. Diese erfüllt die strengsten Umweltkriterien für Verbrauchsmaterialien in der Printmedienindustrie. Es ist das erste am Markt verfügbare, komplett nach ökologischen Kriterien zusammengestellte Programm aus Farben, Lacken, Druckplatten und anderen Verbrauchsmaterialien.

Die Erfahrungen im laufenden Betrieb sind Werner Drechslers Worten zufolge positiv: „Die Verbrauchsmaterialien der Saphira Eco-Linie bieten dieselbe hohe Fortdruckleistung wie konventionelle Verbrauchsmaterialien ohne Abstriche bei der Qualität.“ Neben den ökologischen Belangen setzt sich das Unternehmen auch in Form von regionalen sozialen Projekten mit seiner Umwelt auseinander. So unterstützt die Druckerei seit kurzem auch das Kinderhospiz „Regenbogenland“ und druckt die nformationszeitung der Einrichtung kostenlos.

Wie am Beispiel Druckstudio Düsseldorf deutlich wird, sind eine umweltfreundliche Produktion und wirtschaftlicher Erfolg also durchaus möglich. Mehr noch. Sie können sich gegenseitig positiv beeinflussen. Genau hier liegt die Chance für viele Betriebe. Denn der abstrakte Begriff „Nachhaltigkeit“ kann auf ein überschaubares Spektrum von Faktoren und Maßnahmen herunter gebrochen werden. Ein universelles Patentrezept ist dennoch weder vorhanden noch erwünscht, denn gerade durch die individuelle Ausgestaltung des Nachhaltigkeitsmanagements erwachsen die Chancen für Innovationen und Wettbewerbsvorteile. Als Marketinginstrument kann verantwortungsvolle Unternehmensführung einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil darstellen.

Kurzfristige Marketing-Maßnahmen zur Erhöhung der Nachhaltigkeit sind jedoch nicht empfehlenswert. Dies lässt sich am Beispiel des „klimaneutralen Druckens“ zeigen. Auch wenn solche Maßnahmen geeignet sind, um den Kunden zu kommunizieren, dass ein Druckerzeugnis klimaneutral produziert wird, kann sie doch nur Teil einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie sein. Nur wer Emissionen sowie seinen Strom- und Papierverbrauch dauerhaft reduziert, kann ein dauerhaft glaubwürdiges Image eines nachhaltigen Unternehmens erhalten. ■

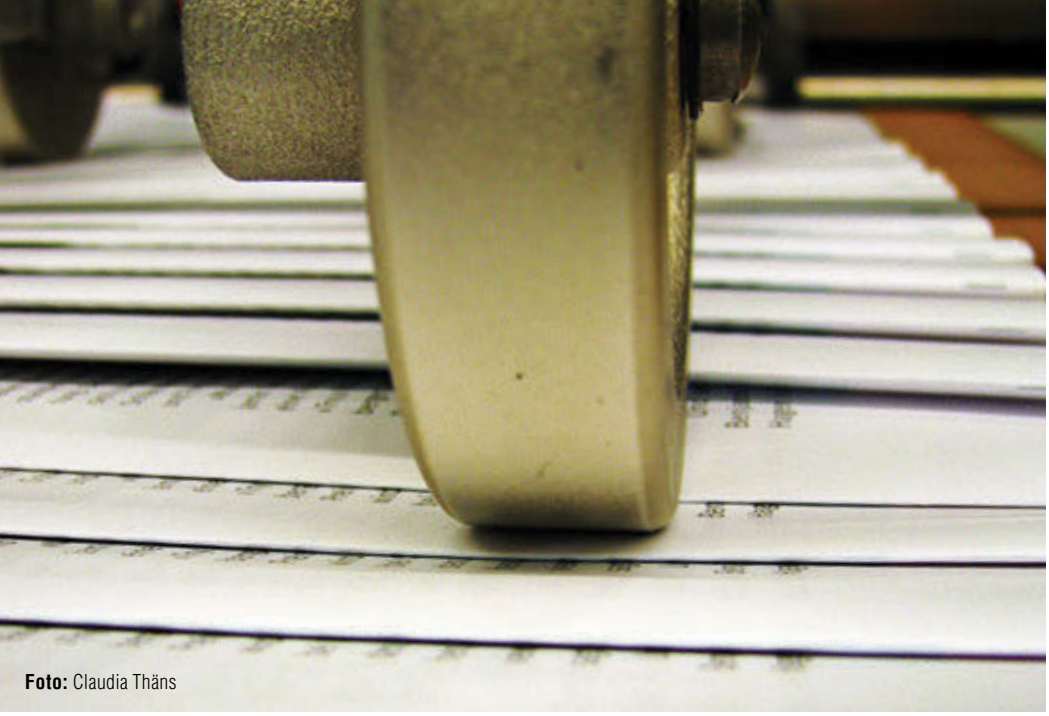


Foto: Claudia Thäns

SHAHRAM HAUCK – NEUER DRUCK IN DER TECHNIK

Der neue Professor für Drucktechnik an der Beuth Hochschule im Portrait.

Autorin: Kathleen Schreiber

Neuen Wind in dem Fach Drucktechnik soll Diplom-Ingenieur Shahram Hauck ab dem Sommersemester 2012 an der Beuth Hochschule für Technik Berlin verbreiten. Im Bereich der Druck- und Medientechnik wird er in die Fussstapfen von Prof. Dr. Siegfried Schwarze treten. Wer ist der neue Mann, der den Studierenden des 21. Jahrhunderts praktisches und theoretisches Wissen vermitteln möchte?

MIT DER DRUCKTECHNIK BLUTSVERWANDT

Professor Hauck stammt aus dem Iran, genauer aus einer Familie in der bereits Vater und Onkel die Weichen für die Berufswelt der Drucktechnik legten. In der familiär betriebenen Druckerei sammelte Hauck früh erste Erfahrungen. Der

INFO

SHAHRAM HAUCK

- 1968 geboren
- verheiratet, ein Sohn
- Offsetdrucker
- Dipl.-Ing. der Druck- und Verfahrenstechnik
- Professor an der Beuth

Prof. Shahram Hauck

soliden Ausbildung zum Offsetdrucker in Heidelberg folgte das Hochschulstudium der Druck- und Verfahrenstechnik in Stuttgart. Sein Studium absolvierte er erfolgreich und erhielt zusätzlich den Förderpreis der Dr. Ing. E. h. Hubert H. A. Sternberg-Stiftung. Sein Talent für Forschung und Entwicklung innerhalb der Drucktechnik konnte Hauck anschließend bei der manroland AG in Offenbach unter Beweis stellen.

WO EIN WILLE IST, IST AUCH EIN WEG

Shahram Hauck scheint ein Mensch zu sein, der die unterschiedlichen Facetten der Drucktechnik lebt und mit Leidenschaft deren Forschung und Weiterentwicklung ausübt. „Sie ist eine Technik ohne Stillstand, voller Entwicklungspotential, die nicht mit Langeweile droht“, so Hauck. In der 14jährigen Tätigkeit bei der manroland AG im Print Technology Center war Hauck überwiegend an der Schnittstelle zwischen Forschung und Entwicklung tätig. Er reiste zudem rund um den Globus, um Druckinstruktoren im Bereich der Verfahrenstechnik, Druckqualität und Standardisierung zu schulen. Pädagogische Fähigkeiten sammelte Hauck auch in der Betreuung von Abschlussarbeiten von Studierenden der Drucktechnik sowie bei der Einarbeitung junger Studierender. Mit diesem Wissen in Beruf und Lehre möchte Hauck eine moderne, interessante und sinnvolle Vorlesung für die Studierenden der Druck- und Medientechnik an der Beuth Hochschule für Technik bieten.

EFFIZIENZ ERHÖHEN UND RESSOURCEN SCHONEN

Nachhaltigkeit ist ein Dauerthema, welches die Industrie verstärkt erkannt hat. Für Hauck ist es eine Basis für unser Dasein und eine notwendige Voraussetzung für die Existenz zukünftiger Generationen. Ein verantwortungsbewusster Umgang mit Energie und Ressourcen schafft viel Potential, wie zum Beispiel Wärmerückgewinnung, Makulaturreduzierung oder Materialrecycling, um in der grafischen Industrie Nachhaltigkeit zu leben, so die Gedanken Haucks. Shahram Hauck möchte und wird die Aspekte der Nachhaltigkeit praxisnah in das Studium an der Beuth Hochschule für Technik integrieren und lehren.

FÜNF WÖRTER SIND NICHT GENUG

Shahram Hauck sollte sich in der ersten Frage des Interviews zu seiner Person mit fünf Wörtern beschreiben, diese sind: kommunikativ, kompetent, praxiserfahren, vielseitig interessiert und zielstrebig. Nach dem Interview mit Shahram Hauck möchte ich diese mit Forschungsdrang, Familiensinn und herausfordernd ergänzen. Die Hochschule gewinnt einen Dozenten, der neuen Wind in die Lehreinheit der Drucktechnik bringt und neben praktischem Wissen auch viele Ideen. ■

Foto: Katja Dannenberg

WER, WANN, WOHIN?

2012

Autorin: Theresa Ippen

15.6.2012

FÜR ALUMNIS

Das Gautschen ist ein traditioneller Brauch, um die Absolventen der Druckbranche mit einer Zeremonie zu ehren. Das Gautschfest findet jährlich zum Studienabschluss der Druck- und Medientechniker an der Beuth Hochschule für Technik statt. Dort sind zu Musik, Bier und Würsten neben den diesjährigen Absolventen auch vergangene Jahrgänge, Professoren und Lehrbeauftragte sowie Persönlichkeiten der Druckbranche eingeladen. Das nächste Gautschfest findet am 15.6.2012 statt, Beginn ist 17 Uhr im Drucksaal und dem Innenhof des Haus Gauß an der Beuth Hochschule in der Luxemburger Straße 10 in Berlin.

www.beuth-hochschule.de

Juni 2012

FÜR BOGENOFFSETDRUCKER

In diesem Jahr werden die Heidelberg ECO Printing Awards verliehen. Dieser internationale Umweltpreis prämiert nachhaltiges Drucken im Bogenoffset. Hierbei wird entweder auf das gesamte Unternehmen oder auf Einzellösungen Bezug genommen. Der Schwerpunkt liegt auf folgenden Thematiken: Nachhaltiger Umgang mit Ressourcen und Energien, Klimaschutz und umweltorientiertes Management.

www.heidelberg.com

4.-7.7.2012

FÜR MODEBEWUSSTE

Die ökologische Modemesse THEKEY.TO wird im Rahmen der Fashion Week Berlin auf dem Gelände des Flughafen Tempelhofs, Columbiadamm 13, veranstaltet. Themenschwerpunkte sind grüne Mode und nachhaltiger Lifestyle.

www.thekey.to

26.-27.12.2012

FÜR DIE DRUCKBRANCHE

Die Messe EcoPrint Europe Live richtet sich an alle Teilnehmer der Wertschöpfungskette von Druckprodukten. Neben Druckereien werden auch Maschinenhersteller, Verlage, Agenturen und Verbände angesprochen. EcoPrint ist ein Forum für den gemeinschaftlichen Dialog mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit beim Druck. Die Veranstaltung findet erstmalig in der Station-Berlin, Luckenwalder Straße 4-6 in Berlin statt.

www.ecoprintshow.com

FÜR AGENTUREN

Media Mundo bietet Seminare mit dem Themenschwerpunkt „Zukunft der nachhaltigen Medienproduktion“ an. Dabei soll das Konzept der Nachhaltigkeit und seine Bedeutung für die Medienproduktion vermittelt werden. Zudem wird eine Leitline zur Ausrichtung der eigenen Agentur an die Anforderungen nachhaltigen Wirtschaftens aufgezeigt. Die Termine sind individuell als inhouse Veranstaltungen buchbar.

www.mediamundo.biz

2013

13.-16.2.2013

FÜR ALLE

Die internationale BIOFach ist die größte Biomesse der Welt. Neben Lebensmitteln sind weitere Schwerpunkte: Bekleidung, Kosmetika, Medien, Medizinprodukte u.v.w.. Veranstaltungsort ist das Messezentrum Nürnberg.

www.biofach.de

DANKSAGUNG

Wir danken folgenden Firmen für die Unterstützung unseres Magazins

Pro Publish

WOODWING

www.pinguindruck.de