

# Kosteneffizienz & ökologische Aspekte bei Printproduktionen

Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung und Kosteneffizienz sind für Canon kein Gegensatz. Bei der Pressekonferenz wurden daher neben der Druckkostenreduktion in der Bürokommunikation auch die Themen „Klimaneutral Drucken“ sowie „Kosteneffizienz und Umweltschutz“ behandelt.

Canon hat gemäß seiner Firmenphilosophie „Kyosei“ sehr früh begonnen, sich mit Umweltaspekten zu befassen und in seinem unternehmerischen Handeln der Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert zu geben. Kyosei ist Japanisch und bedeutet „Zusammenleben und Arbeiten für das Allgemeinwohl“ und zielt auf die Schaffung von Harmonie zwischen Mensch, Natur und Technik ab.



Peter Baldauf

## Klimaschutz@Canon

„Wir erkennen mehr und mehr, dass Umweltbewusstsein ein wichtiger Faktor in allen unseren Entscheidungen sein muss. Canon versteht den Druck, dem sich unsere Kunden ausgesetzt sehen. Daher haben wir uns zum Ziel gemacht, alle möglichen Schritte zu ergreifen, um Produkte zu entwickeln, die den Geschäftsbetrieb der Kunden so umweltverträglich wie möglich machen – und das bei voller Transparenz über den kompletten Lebenszyklus“, erklärt Canon Austria Geschäftsführer Peter Baldauf das Umweltbestreben des Unternehmens.

So war Canon das erste Unternehmen in der Branche, das mit der RoHS-Richtlinie kompatible Produkte auf den Markt brachte. Die Einhaltung dieser Richtlinie ist mittlerweile gesetzlich vorgeschrieben. 1998 wurde Canon als weltweit erstes Unternehmen zum Conservation Partner des Vereins „World Wide Fund For Nature“ (WWF) ernannt. Maßnahmen wie Toner-Cartridge Recycling (seit 1992), die Umwelt-Zertifizierung der gesamten Canon Gruppe unter der Norm ISO 14001 in 2006, die Unterstützung des Nationalparks Donauauen (seit 1987) und die Verwendung von CO<sub>2</sub>-freiem Strom in allen österreichischen Canon Niederlassungen (seit 2010) sind nur einige Fakten zur Unterstreichung der gelebten Philosophie. Es existieren eine Reihe firmeninterner Richtlinien zur Förderung der ökologischen Verantwortung, die neben offensichtlichen

Bereichen wie Strom, Gas und Heizung auch den gesamten Fuhrpark berücksichtigten. Durch eine interne paneuropäische Richtlinie für Firmenwagen werden die CO<sub>2</sub>-Emissionen schrittweise gesenkt. Bis 2011 dürfen pro Kilometer nicht mehr als 140g CO<sub>2</sub>, und ab 2012 höchstens 120g CO<sub>2</sub> ausstoßen werden. Momentan liegt dieser Wert bei 160g CO<sub>2</sub>/Jahr, viele der Firmenfahrzeuge unterschreiten diesen Wert aber bereits. Die globale Canon-Gruppe investiert jährlich rund 7,5 % der konsolidierten Erträge in die Weiterentwicklung energiesparender Technologien und setzt auf maximale Wertschöpfung bei minimalem Energieverbrauch. Von der Produktion über den Gebrauch bis hin zur Wiederverwertung der Canon Produkte wird die Umweltverträglichkeit in jeder Phase des Lebenszyklus integriert.

Als Recycling-Pionier der ersten Stunde hält Canon seine Kunden dazu an, alles von Druckpatronen bis zu Druckergewehäusen wiederzuverwerten. Die Canon Taschenrechner sind dafür ein gutes Praxisbeispiel: Diese werden überwiegend aus alten imageRUNNER Systemen und IXUS-Komponenten hergestellt. Beim Papier-Recyclingprozess spielt die Druckfarbenentfernung, das sogenannte „Deinking“, eine große Rolle. Druckprodukte, die mit Canon imagePRESS und imageRUNNER Systemen produziert werden, sind deinkbar. Das entsprechende Zertifikat wurde von dem unabhängigen Prüfinstitut INGEDE ausgestellt. Canon hat weiters gemeinsam mit dem unabhängigen Consulter ClimatePartner einen kurzen eLearning-Kurs zusammengestellt, um Unternehmen das gesammelte Wissen über Klimaschutz und ressourcenschonendes Arbeiten bestmöglich weiterzugeben. In nur 10-15 Minuten können Firmen unter [www.canon.at/klimaneutral](http://www.canon.at/klimaneutral) den „Ökokurs“ absolvieren und bekommen Nachhilfe in Sachen Klimaschutz und ökologische Bürokommunikation.

## Ein Blick in die Druckbranche

Canon investiert ständig in neue Marktanalysen und Studien, um ein klares Bild über die Trends und Chancen der Druckindustrie zu erhalten und dieses Wissen auch an die Branche weiterzuleiten. Die aktuellste von Canon in Auftrag gegebene Studie „Redefinition of the digital printer“ wurde von Dr. Frank Romano vom Rochester Institute of Technology durchgeführt

und untersuchte mittels 840 Telefoninterviews in ganz Europa den Einfluss des wirtschaftlichen Aufschwungs auf die Branche. Darüber hinaus zeigten die Ergebnisse den Beitrag der Digitaldruck-Technologie zum Überleben am sich rasant ändernden Marktumfeld.



Monika Vljaj

## Zeit für Veränderungen ist gekommen

Canon hat ein sorgfältig ausgewähltes Angebot an Canon Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen zusammengestellt, das der Druckbranche bei der Eroberung neuer Märkte und bei der Erstellung ihres persönlichen Businessplans auf dem Weg zum Erfolg helfen soll.

Auf lokaler Ebene rief Canon Austria zwei Programme ins Leben, um der Druckbranche in Österreich bestmöglichen Support zu gewährleisten: die hochkarätige Vortragsreihe Canon Business Lounge und das preisgekrönte Essential Business Builder Programm.

Speziell für Druckdienstleister widmen sich die Canon Business Lounges im Oktober dem Thema „Business-Plan“. Die Vortragsreihe trägt den Namen „Machen Sie einen Sprung in die Zukunft“ und behandelt Fragen, wie: Kann ich mit Digitaldruck Geld verdienen? Ist mein bisheriges Geschäftsmodell noch zeitgerecht? Und kenne bzw. höre ich die Signale aus dem Markt? Gleichzeitig wird die Studie „Redefinition of the digital printer“ von Branchenguru Dr. Frank Romano vom Rochester Institute of Technology School of Print Media in Bezug auf die lokalen Tendenzen bzw. die Geschäftschancen des Digitaldrucks in Österreich beleuchtet. Antworten liefern Branchenexperten wie Mag. Christian Handler (Verband für Druck & Medientechnik), Jürgen Polterer (Inhaber der Dialogagentur Dialogschmiede) und Astrid Schilcher gemeinsam mit Bruce Straight (Inhaber von Schilcher & Straight Consulting).