

Nachhaltigkeit - mehr als nur ein Trend

Wenn man „den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sieht“, hat man laut Redewendung den Überblick für das Ganze verloren und erkennt nur noch Einzelheiten. Diesen Eindruck kann man aktuell verstärkt gewinnen, wenn es um die Begrifflichkeit der Nachhaltigkeit geht. Zunehmend kann beobachtet werden, dass dieses Marketing-Etikett an singuläre Details angehängt wird, obwohl diese keine nachhaltige Gesamtwirkung generieren. Im Gegensatz dazu wussten Waldbauern schon immer mit dem Produkt Baum generationsübergreifend zu wirtschaften und prägten so den Begriff der Nachhaltigkeit als umfassende Gesamtaufgabe.

Wortursprung und Entwicklung

Kein Wunder, dass sich der nordeuropäische Forstindustriekonzern Metsä Group (Metsä=Wald) in dieser Tradition der zusammenhängenden Gesamtheit sieht und sich der Bedeutung der umfassenden Nachhaltigkeit bewusst ist. Der Begriff Nachhaltigkeit bedeutet im ursprünglichen Wortsinn „für längere Zeit anhaltende Wirkung“. Diese Definition wurzelt im forstwirtschaftlichen Denken und wurde erstmals 1560 in der kursächsischen Forstordnung erwähnt. Als Ergebnis sollte trotz hohem Holzbedarf für die Bergwerke eine fortlaufende Nutzung sichergestellt werden. Längst ist „Nachhaltigkeit“ kein reines Alleinstellungsmerkmal der Forstwirtschaft mehr, man findet es in fast allen Lebensbereichen wieder. Um diesem vermeintlichen Trend zu folgen wird jedoch häufig das Marketing-Etikett „nachhaltig“ ohne substantziellen Inhalt vermarktet und zu Werbezwecken instrumentalisiert.

Wichtig dabei ist es, die Bedeutung des Begriffs Nachhaltigkeit zu differenzieren und auf eine nachhaltige Ausrichtung über den gesamten Wertschöpfungsprozess der Unternehmen und seiner Produkte zu achten. Heute wird Nachhaltigkeit im Duden beschrieben als ein „Prinzip, nach dem nicht mehr verbraucht werden darf, als jeweils nachwachsen, regenerieren, künftig wieder bereitgestellt werden kann“. Laut dieser Definition kommen allerdings viele relevante Aspekte zu kurz, die es für einen universellen Nachhaltigkeitsbegriff bedarf. Zeitgemäßer ist das Drei-Säulen-Modell der nachhaltigen Entwicklung. Demnach hängt eine nachhaltige Entwicklung von einer gleichberechtigten Umsetzung und Berücksichtigung von umweltbezogenen, wirtschaftlichen und sozialen Zielen ab. Dem Modell sind keine allgemeingültigen Indikatoren zugeschrieben, es ist vielmehr als eine Art Leitprinzip zu verstehen: Es geht um mehr als ausschließlich um Umweltschutz.

Unternehmenskultur

Diesem Leitprinzip der Nachhaltigkeit folgend bietet Metsä Tissue, nordeuropäischer Spezialist für Sanitärraumausstattung, mit seiner B2B-Marke Katrin professionelle Komplettlösungen für öffentlich zugängliche Waschräume, Arbeitsplatz- und Gästekomfort-Bereiche, insbesondere für Einrichtungen des Gesundheitswesens und öffentliche Liegenschaften. Das Unternehmen ist Teil der Metsä Group, einem verantwortungsvollen Forstindustriekonzern, der hochwertige Tissue Produkte hauptsächlich aus erneuerbarem, nordischem Holz herstellt. Die Geschäftsfelder der Metsä Group sind aufgeteilt in die Tissue- und Kochpapiere, Karton und Papier, Zellstoff, Holzprodukte sowie der Vertrieb von Holz.

Von Beginn an ist die gesamte Metsä Group zudem bestrebt, möglichst geringe ökologische Fußabdrücke über den gesamten Lebenszyklus der Produktionsprozesse hinweg zu hinterlassen. Beleg dafür ist die Reduktion der fossilen CO₂-Emissionen um 48% pro Produkttonne seit 2009, sowie der Einsatz von 90% erneuerbaren Energien in der Produktion. Darüber hinaus setzt das Unternehmen den Schwerpunkt darauf, bis zum Jahr 2030 keine fossilen Rohstoffe mehr in den Werken einzusetzen. Der Hauptrohstoff ist Holz, das zu 100% rückverfolgbar ist. Im Jahr 2020 waren 87% des verwendeten Holzes PEFC™ - und/oder FSC®-zertifiziert.

Doch Nachhaltigkeit ist für den Partner von Hygienelösungen kein kurzfristiger Trend, sondern eine fest verankerte Aufgabe, an der kontinuierlich gearbeitet wird. Über die gesamten Unternehmensprozesse hinweg wird dokumentiert, dass Ökonomie, Ökologie und soziale Verantwortung zu einem nachhaltigen Wertekanon gleichrangig zusammenwirken. So umfassen die Nachhaltigkeitsziele für 2030 unterschiedliche Bereiche. Die Erhöhung der in Wäldern und Produkten gespeicherten Kohlenstoffmenge und der Schutz der Biodiversität stehen im Einklang mit dem optimiert durchdachten Angebot und der verantwortungsvollen Unternehmenskultur.

Frischfasern

Die Strategie von Metsä Tissue konzentriert sich auf Frischfasern aus nachhaltig bewirtschafteten nordischen Wäldern. Das Ziel ist es, die Bio- und Kreislaufwirtschaft durch die Herstellung hochwertiger Tissue-Papierprodukte zu fördern. Dabei kommen neben Recyclingfasern zunehmend Frischfasern als Hauptrohstoff zum Einsatz. Als Teil der Wertschöpfungskette hat der Forstindustriekonzern die Rohstoffversorgung selbst in der Hand, was ihm im Wettbewerbsvergleich ein Alleinstellungsmerkmal unter den europäischen Tissue-Lieferanten verleiht. Frischfasern sind daher ein natürlich sicherer, hochwertiger und nachhaltiger Rohstoff für die Produktion von Hygiene-Tissue. Sie werden aus Holz hergestellt, das als Nebenprodukt bei der Verarbeitung von Rundholz anfällt. Genauer gesagt bestehen sie aus Durchforstungsholz oder Stämmen, die für die Verwendung als Rundholz zu dünn sind. Jeder einzelne Baum ist so wertvoll, dass alle Teile verwendet werden: 15 Prozent der Rinde, Äste und Baumspitzen gehen in die Produktion von Bioenergie, 60 Prozent werden zu Schnittholz verarbeitet und 25 Prozent finden Verwendung in Zellstoff, Kartons, Backpapier, Tissuepapier und neuen Bioprodukten. Für jeden gefällten Baum werden darüber hinaus vier neue Setzlinge gepflanzt. Mit einem dreistelligen Millionen EURO Investitionsvolumen über alle Standorte hinweg, allein in Schweden 230 Millionen EURO für die frischfaserbasierte Tissue-Papierproduktion, investiert das Unternehmen in die ambitionierte ökologische Zukunft. Als Zielvorgabe soll erreicht werden: Uneingeschränkte Verfügbarkeit, hohe Qualität und industrielle Effizienz.

CO₂- Reduktion

Ein weiterer Beleg für diese zukunftsorientierte Unternehmenskultur ist die Reduktion der fossilen CO₂-Emissionen um 48 Prozent pro Produkttonne seit 2009, sowie der Einsatz von 90 Prozent erneuerbaren Energien in der Produktion. Nachweis dafür ist, dass die meisten der Produkte jetzt schon den strengen Anforderungen des europäischen Umweltzeichens „EU Ecolabel“ und/oder des nordischen Umweltzeichens „Nordic Ecolabel“ entsprechen.

Wasser

Über 99 Prozent des verwendeten Wassers ist Oberflächenwasser, wobei nur minimale Mengen an Grundwasser verwendet werden. Abwässer der Produktion werden durch die Reduktion der im Herstellungsprozess verwendeten Wassermenge und durch Verbesserung von biologischen Abwasseraufbereitungsprozessen minimiert. Anstatt der Entsorgung des Deinkingschlamm (Nebenerzeugnis nach der Entfernung der Druckfarbe vom Papier beim Papierrecycling) in Mülldeponien, wird aktiv eine alternative Nutzung des Produkts angestrebt. Unter anderem wird so aus dem Deinkingschlamm Faserlehm für den Geländebau, welches zum Beispiel beim Bau für Lärmschutzwände, sowie für die Ziegelindustrie genutzt wird.

Transport

Mit dem Bewusstsein der Auswirkungen auf die Umwelt, zum Beispiel in Form von CO₂ - Emissionen, die zur Verstärkung des Treibhauseffekts beitragen, wurde auch im Bereich der Logistik eine Veränderung angestrebt. Die Produktionsstätten sind so nah wie möglich an den lokalen Märkten angesiedelt. Im Jahr 2019 wurden so über 90 Prozent der Lieferungen der Unternehmensgruppe innerhalb eines Radius von max. 500 Kilometern um die Produktionswerke geliefert. Zur Verminderung des externen Transportaufwands wird mit Vertriebspartnern zusammengearbeitet, die nicht nur über eine effektive Logistik verfügen, sondern auch große Volumen der Produkte abnehmen können, so dass die Lkw immer voll beladen sind und der Transport so umwelteffizient wie möglich abläuft. Mit der optimierten Verpackung sind so signifikante Einsparungen bei der Logistik (Transport, Lagerhaltung) realisierbar.

Abfallstoffe

Die hergestellten Produkte haben Eigenschaften, die den Verbrauch und somit die Abfallmenge reduzieren. Wenn ein Hygienepapier das Ende seines Lebenszyklus erreicht hat, wird es der Natur zurückgeführt – und zwar am besten über Energierückgewinnung. Dies wirkt sich positiv auf die Umwelt aus, da gebrauchtes Papier eine Form von Bioenergie darstellt, die häufig fossile Energieträger ersetzen kann.

Ein Test beim finnischen Technischen Forschungszentrum (VTT) hat zusätzlich ergeben, dass sich Tissuepapiere zur Kompostierung eignen:

- **Toilettenpapier** zersetzt sich im Abwasser auf natürliche Weise. Die Papphülsen können ebenfalls als Altpapier recycelt werden.
- **Haushaltspapier/Papierhandtücher** im Restmüllabfall helfen dabei, Gerüche und Feuchtigkeit zu binden. Die Papphülsen der Küchenrollen können ebenfalls als Altpapier recycelt werden.
- **Verbrauchsmaterialien, Verpackungen** und Stretchfolien (Palettensicherung) aus Kunststoff lassen sich mit anderem Kunststoffabfall recyceln oder sogar zur Energierückgewinnung nutzen. Kartonagen können als Altpapier recycelt und wiederverwendet werden. Natürlich können auch die eingesetzten Europaletten wiederverwendet werden

Less is more

Besonders die B2B-Marke Katrin beweist mit ihrem Produktsortiment den ökologisch nachhaltigen Kodex des nordeuropäischen Spezialisten für Sanitär-raumausstattung. Ein bewusster und schonender Umgang mit der Umwelt und ihren Ressourcen zieht sich wie ein grüner Faden durch den gesamten Verarbeitungsprozess. Allen Produkten gemeinsam ist, dass sie nach der Firmenphilosophie „Less is more“ konzipiert, produziert und vertrieben werden. Somit werden höchste Qualitätsstandards erreicht und den Abnehmern Produkte mit nachhaltiger Ausrichtung angeboten. Des Weiteren wurde Metsä Tissue im April 2020 mit der Spitzenbewertung "Platin" im Nachhaltigkeitsrating von EcoVadis ausgezeichnet. Damit zählen sie zu den besten 1% der von EcoVadis bewerteten Unternehmen in der Kategorie „Herstellung von sonstigen Artikeln aus Papier und Karton“.

- Ökonomisch, weil dem Spender immer nur ein Blatt entnommen werden kann, das zur Handtrocknung oftmals ausreicht. Minimaler Verbrauch bedeutet maximale Kosteneinsparung.
- Ökologisch, weil dadurch weniger Rohstoffe und Energie benötigt werden und somit weniger Abfall entsteht. Jedes Katrin-Produkt kann am Ende seines Lebenszyklus recycelt oder als Brennstoff zur Energiegewinnung verwendet werden. Alle schwarzen Kunststoffteile der Spender werden zudem aus recyceltem Kunststoff hergestellt. Ebenso werden die Kunststoffstopfen der Katrin System Handtuchrollen- und Toilettenpapierspender auf recycelten Kunststoff umgestellt.
- Verantwortungsvoll, weil alle Katrin-Produkte dermatologisch getestet und hautschonend sind und zur Minimierung von Infektionsrisiken beitragen können.
- Wesentlicher Beitrag zur Hygiene, denn zahlreiche Studien belegen, dass Papierhandtücher die mit Abstand hygienischste Methode des Händetrocknens ist.

Clean & Green

Die neue Markenbotschaft „Clean & Green“ dokumentiert und verdeutlicht den Einklang zwischen Hygiene und Nachhaltigkeit. Durch die individuellen Waschräumlösungen und -konzepte werden zum einen Hygienrisiken verringert und die Wirtschaftlichkeit gesteigert, während gleichzeitig die Umweltbelastung minimiert und die Ressourcennutzung optimiert wird. Hygiene ist lebenswichtig: Sie ist die Voraussetzung für ein gesundes und sicheres Zusammenleben. Daher gilt es das Hygieneniveau hoch zu halten und die Notwendigkeit von Hygiene weiter zu kommunizieren und zu forcieren. Nachhaltigkeit ist ein Muss: Es werden nachhaltige Lösungen in allen Bereichen erwartet, Waschräume bilden da keine Ausnahme.

Gerade die derzeitige Lage und der Umgang mit Covid-19 haben gezeigt, welchen starken Einfluss unsere Umwelt auf das alltägliche Geschehen und besonders die Situation in Kliniken und im allgemeinen auf Einrichtungen des Gesundheitswesens hat. Die richtige Wahl von Papier, Spendern und Sanitär-raumzubehör ist daher für Umwelt und Wirtschaftlichkeit sowie für die Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit wichtiger, als den meisten Entscheidern bewusst ist. Ein Unternehmensgeflecht, das über die gesamte Wertschöpfungskette - vom Wald bis zum Endverbraucher – ökologische, ökonomische und soziale Verantwortung trägt, ermöglicht und lebt echte Nachhaltigkeit. Auf der obersten Prioritätenliste der

Entscheidungsträger sollte aber die Hygiene und damit verbunden die Gesundheit der Sanitärnutzer stehen, denn dafür tragen sie die Verantwortung.

Weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit als Natur des Unternehmens finden Sie online unter www.katrin.com oder direkt unter folgendem Link:

<https://www.katrin.com/de/about-katrin/responsibility/Pages/default.aspx>

Metsä Tissue GmbH
Hedwigsthal 4
D – 56316 Raubach

Tel.: +49 (0) 26 84 / 609 0
Fax: +49 (0) 26 84 / 609 100
E-Mail: katrin.de@metsagroup.com
Web: www.katrin.com

BU Motiv 1:

Nachhaltige Sanitärtraumausstattung mit schwarzer Eleganz

Bu Motiv 2:

Die Erhöhung der in Wäldern und Produkten gespeicherten Kohlenstoffmenge und der Schutz der Biodiversität stehen im Einklang mit dem optimiert durchdachten Angebot und der verantwortungsvollen Unternehmenskultur.

BU Motiv 3:

Metsä Tissue - Katrin Nachhaltigkeit als Unternehmenskultur (Stand: 2018)

BU Motiv 3:

Für seine Nachhaltigkeitsleistung wurde Metsä mit dem höchsten Rating "Platin" von EcoVadis ausgezeichnet und gehört somit zu den TOP 1 Prozent aller Unternehmen, die von EcoVadis bewertet wurden.