

Ausgabe 17
Juli 2022

WIR SIND FARBE

DAS MAGAZIN

IDEEN EXPO 2022

Bunte Farben für die Ausbildungs- messe



WIRTSCHAFTSZAHLEN

Drohende Energiekrise
bringt düstere
Stimmung am Markt

BRANCHENTREFFEN

Jahresversammlung
des VdL in
Baden-Baden

SERIE „GREEN DEAL“

Ökodesign und
digitaler Produktpass
nehmen Gestalt an



IDEENEXPO 2022

#GETLACKI AUF DER IDEENEXPO 2022

4



WIRTSCHAFTLICHE LAGE

UNSIHERHEITEN NEHMEN ZU

KURZ & KNAPP

8

11, 19



JAHRESMITGLIEDERVERSAMMLUNG

LIVE UND IN FARBE –

DER VDL TRIFFT SICH IN BADEN-BADEN

12

INTERVIEW MIT DR. CARL EPPLE

„MITTELSTÄNDLER MÜSSEN

SICH DAUERND NEU ERFINDEN!“

16



SERIE: EUROPEAN GREEN DEAL (IX)

NACHHALTIGES PRODUKTDESIGN UND
DIGITALER PRODUKTPASS FÜR DEN EU-MARKT

20

„GRA“: SCHULTERSCHLUSS

MIT FACH- UND KUNDENVERBÄNDEN

23



NEUE CHEMIKALIENSTRATEGIE

PLÄDOYER FÜR EINE WISSENSCHAFTLICHE
CHEMIKALIENGESETZGEBUNG:

UNITE BEHIND THE SCIENCE!

24



DRUCKFARBENVERORDNUNG

EUROPÄISCHE REGELUNG

STATT DEUTSCHEM ALLEINGANG

26

NACHHALTIGKEIT

BAUEN GEGEN DEN KLIMAWANDEL

28



VDL-WORKSHOP

VORBEREITET AUF DEN ERNSTFALL

32

#LEBEFARBE

KREATIVITÄT – NEU STRUKTURIERT

34



REGIONALES

35

ZUM SCHLUSS ...

... BESTÄNDIGKEIT

36

Auf der Suche nach Alternativen



Gas ist der effizienteste fossile Rohstoff. Deshalb haben viele längst von Öl und Kohle auf Gas umgestellt. Kosten sollten gespart und die Umwelt geschont werden. **Nun befindet sich die deutsche Industrie in der Energiefalle:** Putin dreht an der Lieferschraube, die Preise steigen, die Vorräte für den Winter sind verknapp. Bis zu 15 Prozent des Gasenergie-Verbrauchs in Deutschland vermeldet die chemische Industrie, zu der auch die Hersteller von Farben und Lacken gehören. Da kann vor dem Winter bange werden.

Eine Stichproben-Umfrage des VdL unter den Mitgliedern zur Gasproblematik lässt allerdings hoffen: Die Mehrheit der Firmen zeigt sich zumindest bei der Produktion weniger betroffen. Der Mangel an Gas scheint selbst bei einem Lieferstopp durch andere Energieträger ersetzbar zu sein. Anders sieht es bei den benötigten Rohstoffen aus. Anders sieht es bei den benötigten Rohstoffen aus. Hier droht im Fall der Fälle eine weitergehende Verknappung. Zumindest wird aber eine deutliche Verteuerung eintreten, so dass bei komplettem Gas-Lieferstopp eine Herstellung von Lacken und Farben weiter erschwert wäre. Steigende Preise würden wiederum die Nachfrage kundenseitig drücken. Alle Wirtschaftszahlen sind angesichts der Lage uneinheitlich und oft spekulativ. Da ist es auch für Profis schwierig, eine verlässliche Einschätzung zur Konjunktur anzubieten. Wir haben uns daher für verschiedenen Szenarien entschieden (ab Seite 8), um überhaupt Anhaltspunkte geben zu können. Die Analyse zeigt aber sicher: **Die Probleme bei den Lieferketten und Rohstoffen werden uns weiterhin begleiten.**

Wir wollen auch Positives berichten: Auf den nächsten Seiten zeigen wir Eindrücke von der munteren, bunten und quirligen **Ideen-Expo 2022 in Hannover**. Erneut hat der VdL mit Auszubildenden aus Branchenunternehmen einen Stand gestaltet, der die Branche attraktiv und kreativ auf der größten Ausbildungsmesse Europas präsentiert. Auch die **Jahresversammlung 2022 der Lack- und Farbenindustrie** war ein voller Erfolg. Über 100 Teilnehmer besprachen in Baden-Baden die wichtigsten Themen der Branche und konnten sich nach zwei Jahren Pandemie-Pause endlich wieder persönlich treffen. Davon machten alle ausgiebig Gebrauch: Schon am Vortag traf man sich auf mehreren Fachgruppensitzungen und lernte sich abends im Festspielhaus (besser) kennen (ab Seite 12).

Auf der Versammlung an sich zeigte sich erneut ein gut aufgestellter Verband, gab es wichtige Informationen zum Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz als Keynote und eine lebhaft Podiumsdiskussion über Social Media für den Mittelstand. Auf der Sitzung wurde auch Dr. Carl Epple neu ins Präsidium gewählt, wir stellen den Mittelständler aus Leidenschaft ab Seite 16 im Interview vor.

Viel tut sich auch bei der Chemikaliengesetzgebung. In unserer viel gelesenen **Serie zum Green Deal der EU** stellen wir ab Seite 20 die Ökodesign-Verordnung für nachhaltige Produkte sowie den digitalen Produktpass für den EU-Markt vor. Mit einem gemeinsamen Positionspapier (Seite 23) üben der VdL und andere Industrieverbände deutliche Kritik an dem „Allgemeinen Konzept für das Risikomanagement (GRA)“, das die chemikalienrechtliche Gleichsetzung von Handwerkern und Endverbrauchern bedeuten würde. Und ab Seite 24 plädiert Dr. Christof Walter für eine stärkere Berücksichtigung wissenschaftlicher Argumente: **„Unite behind the Science!“**.

Weitere informative Themen sind erneut der deutsche Alleingang bei der Druckfarbenverordnung (Seite 26), neue Baukonzepte und wie sie den Energiebedarf eines Hauses beeinflussen können (Seite 28), und schließlich berichten wir über das VdL-Krisenseminar, was uns mit dem Slogan „Schmerz jetzt!“ zu ernst Themen zurück führt.

Es ist trotzdem Sommer, und auch wenn die Aussichten recht düster scheinen: Wir wünschen Ihnen eine gute Zeit in diesem Sommer und hoffentlich einige erholsame Wochen für neue Energie.

Ihr

Alexander Pleisler



IDEENEXPO 2022



#GETLACKI

auf der IdeenExpo 2022

Experimente, Exponate und Informationen:
Mit einem von Auszubildenden selbst entwickelten
Messestand und dem Slogan #GetLacki präsentiert sich
die Lack- und Druckfarbenindustrie auf Europas größter
Jugendmesse für Naturwissenschaften und Technik.

Monatelang haben knapp 30 Auszubildende und Studierende aus den VdL-Mitgliedsfirmen in mehreren Workshops ein Konzept für den Messestand der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie ausgearbeitet, der jungen Menschen Spaß an der Chemie und Lust auf Farbe machen soll. Auch der Slogan „#GetLacki“ und ein eigens entworfenes Logo stammen aus der Feder der Azubis und runden den Messeauftritt ab.

Am 2. Juli 2022 ist es endlich so weit: In Hannover beginnt die Ausbildungsmesse IdeenExpo. Nachdem die Messe 2021 coronabedingt virtuell stattfinden musste – in diesem Jahr endlich wieder live und in Farbe! An insgesamt neun Tagen zeigen zahlreiche Aussteller jungen Besucherinnen und Besuchern faszinierende Experimente, spannende Mitmachexponate und unterhaltsame Bühnenshows rund um Naturwissenschaft und Technik. Über 720 Mitmach-Exponate in 13 Themenwelten auf insgesamt 100.000 Quadratmetern gibt es auf dem großen Messegelände.

In Hannover kann sich dann jeder davon überzeugen, dass die Azubis großartige Arbeit geleistet haben. Es ist ein lebendiger, innovativer und abwechslungsreicher Ort entstanden, der auf der IdeenExpo viel Beachtung findet.

“ Wir sind so froh, dass es endlich losgeht, und wir sehen können, dass unsere Ideen bei den Besuchern auch gut ankommen“, erklärt Azubi David am Eröffnungstag der Messe. „Wenn das die ganze Woche so weiter geht, können wir sehr stolz auf uns sein!“



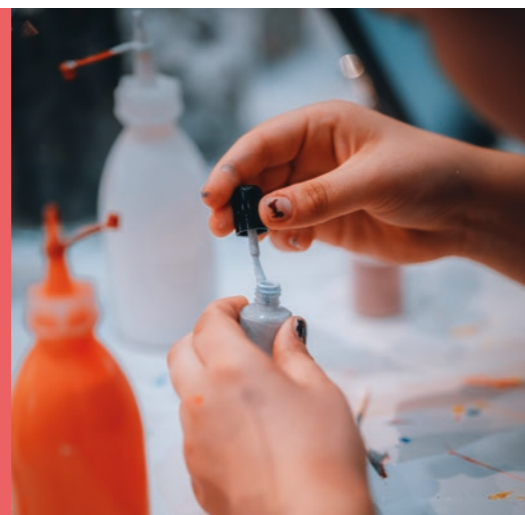
IDEENEXPO 2022



An verschiedenen Stationen des VdL wird Schülern, aber auch Eltern, Großeltern und Lehrern die Themen Farbe, Lacke und Ausbildung nähergebracht. So können sich die Besucher ihre eigene Nagellackfarbe mischen, eine Umhängetasche kreativ bestempeln oder bemalen und beim blinden Erfühlen von verschiedenen Beschichtungen und Lackoberflächen Finger-spitzengefühl beweisen. Zu gewinnen gibt es auch etwas: Die kreativsten Fotos am Messestand erhalten attraktive Preise. Die Auszubildenden, die sich über die Messtage als Standbe-
setzung abwechseln, sorgen zu jeder Zeit engagiert dafür, dass nicht nur alle Stationen immer funktionstüchtig und besetzt sind, sondern auch alle Besucher mit wertvollen Informationen zu Berufen und zur Branche versorgt werden.

Dass die Ideen der Azubis das Interesse der zahlreichen jungen Besucher treffen, zeigte sich bereits ab dem ersten Tag: Alle Stationen am Stand des VdL sind gut besucht, zeitweise sogar regelrecht belagert. So werden täglich knapp 300 Nagellacke gemischt und 150 Taschen kreativ verschönert.

” Ich war überrascht von der unglaublichen Menge an interessierten Kindern und Jugendlichen, die bei der vielen Konkurrenz auf der Messe trotzdem bei uns stehen bleiben und mitmachen“, sagt Azubi Leon.



Auszubildende sind gesucht

Da der Wettbewerb um gute Bewerber immer schwieriger wird und Ausbildungsplätze nicht immer besetzt werden können, will der VdL mit der Teilnahme an der IdeenExpo potenzielle Bewerber über die Berufe in der Lack- und Druckfarbenindustrie informieren und ihnen die Attraktivität einer Ausbildung in dieser Branche darstellen. Deshalb hat der VdL wie bereits 2019 mit dem VCI Nord, neun Unternehmen, dem Landesverband Nord der IGBCE, Plastics Europe und ChemieNord einen Gemeinschaftsstand erstellt. Unter dem Motto „Chemie verbindet!“ wurde gezeigt, was die Chemie alles kann.



Die IdeenExpo ist eine alle zwei Jahre stattfindende Mitmach- und Erlebnisveranstaltung für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene auf dem Messegelände Hannover. Die eintrittsfreie Berufsmesse will durch die Präsentation von innovativen Exponaten und Technik zum Ausprobieren junge Menschen für Naturwissenschaften und Technik begeistern. An der Veranstaltung beteiligen sich Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Hochschulen und Schulen. Ziel der Veranstaltung ist es, dem Mangel an Nachwuchskräften in den entsprechenden Branchen entgegenzuwirken.



Anne Bayer
ist Referentin für
Kommunikation beim VdL
bayer@vci.de

WIRTSCHAFTLICHE LAGE

Unsicherheiten nehmen zu

Ungeachtet der Schwierigkeiten, eine verlässliche Prognose zur Konjunktur abzugeben, haben wir versucht, eine etwas optimistischere und eine pessimistischere Einschätzung der Lage als Szenarien zu erstellen. Die Verknappung von Erdgas rückt zunehmend in den Fokus, neben den beharrlich anhaltenden Lieferkettenstörungen sowie den Problemen bei der Rohstoffversorgung.

Die Erwartungen der Unternehmen und der Konsumenten in Deutschland hinsichtlich der weiteren wirtschaftlichen Entwicklung haben sich weiter eingetrübt. Obwohl die Auftragsbücher der Industrie meist noch gut gefüllt sind, beeinträchtigen der Materialmangel und Verfügbarkeit von Rohstoffen die Produktion an vielen Stellen, die Kapazitäten können einfach nicht ausgelastet werden.

Nachfolgend stellen wir zwei Szenarien vor, wie sich die wirtschaftliche Lage auch für unsere Branche darstellen könnte, wobei wir zurzeit eher zur pessimistischen Variante tendieren, die aber nicht als „Worst Case Szenario“ zu verstehen ist:

Szenario	Optimistisch	Pessimistisch
Außenhandel / Lieferketten	Vor allem in China entspannt sich die Lage um Corona deutlich	Es kommt nach wie vor zu Lieferverzögerungen, nur zögerliche Besserung
Situation in der Ukraine	Leichte Entspannung, aber Fortgang des Krieges	Weiter sehr angespannte Lage, aber keine weitreichende Eskalation
Rohstoffsituation / Energie	Sanktionen gegen Russland werden wie geplant umgesetzt aber nicht verschärft; keine Sanktionen gegen China	Weitere Sanktionen gegen Russland, aber kein Lieferstopp für Erdgas, konsequentes Ölembargo; Chinapolitik etwas schärfer

Das **Bruttoinlandsprodukt** wird 2022 nur noch zwischen 1,5 und 2,7 Prozent zunehmen. Während im Verarbeitenden Gewerbe noch ein gewisser Zuwachs erwartet werden kann, im ungünstigen Fall ein Minus von 0,5 Prozent, sollte das Baugewerbe in jedem Fall mit einem Minus abschließen.

Industrielacke werden in der Entwicklung weiterhin durch die Krise bei den Autoserienlacken gebremst

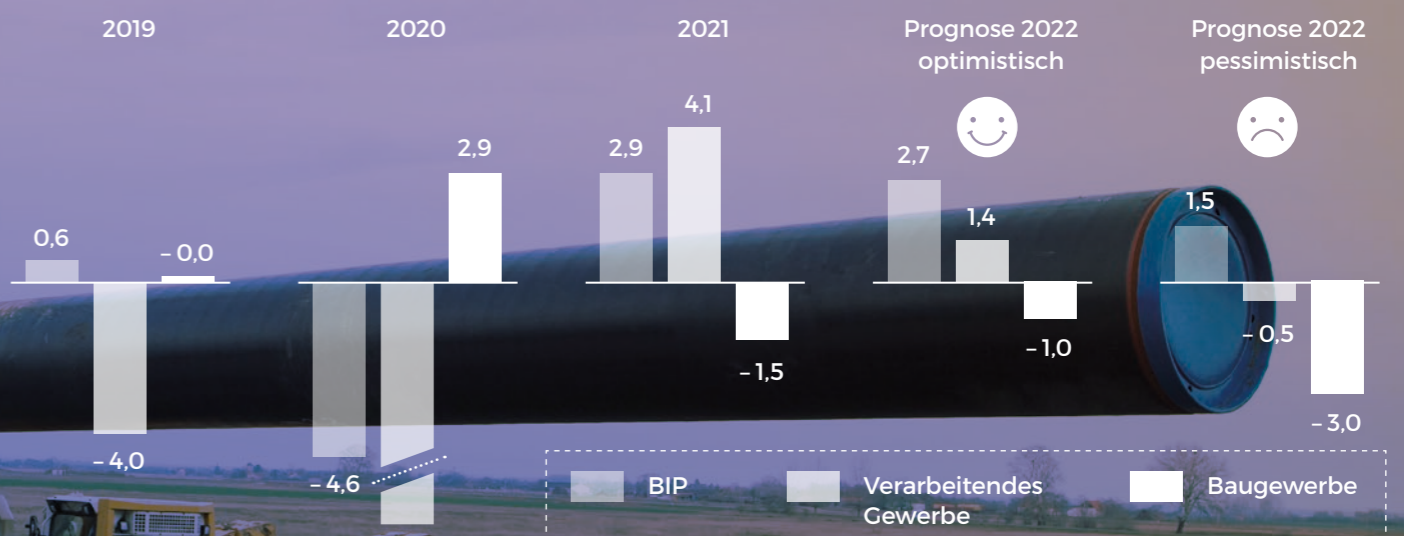
Der Markt für Industrielacke wird nur im optimistischen Szenario leicht um 1 Prozent steigen. Relativ stark wird wiederum der

Markt für Autoserienlacke zurückgehen, da auf der Beschaffungsseite der Fahrzeugindustrie weiterhin Engpässe auftreten.

Der Holzlackmarkt wird 2022 um 1 bis 3 Prozent schrumpfen. Neben der deutlichen Verteuerung der Holzwerkstoffe gibt es teilweise auch Materialverknappungen. Im Bereich der Autoreparatlacke ist ein Anstieg von 1 bis 3 Prozent zu erwarten, da die Fahrleistung und damit die Unfallhäufigkeit im Vergleich zu 2021 wieder zunehmen werden. Für den Markt von Korrosionsschutzbeschichtungsstoffen ist aufgrund des Ausbaus der Windenergie und vermehrter Wartung der Verkehrsinfrastruktur ein Anstieg bis zu 2 Prozent zu erwarten.

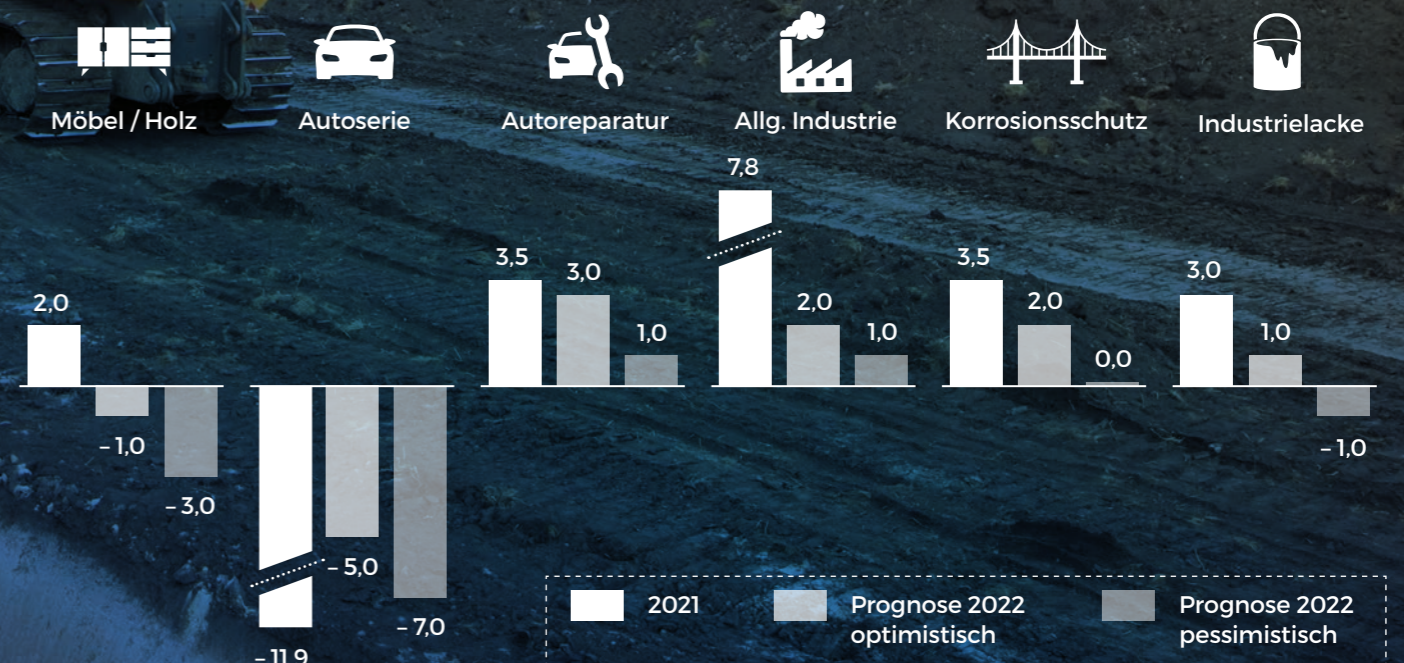
Entwicklung des Verarbeitenden Gewerbes in Deutschland *

Vergleich zum Vorjahr | Angaben in %



Entwicklung der Inlandsnachfrage von Industrielacken *

Menge, Veränderungen zum Vorjahr, ohne Verdünnungen | Angaben in %



* Quelle: Coating Insights

WIRTSCHAFTLICHE LAGE

Bautenfarbenmarkt bleibt rückläufig

Der Markt für Bautenstrichmittel wird 2022 zwischen 2 und 5 Prozent zurückgehen. Wegen der rückläufigen Bau- und Renovierungstätigkeit wird das Minus im professionellen Bereich der Maler und Lackierer 1 bis 3 Prozent betragen. Im DIY-Geschäft wird der Rückgang mit 7 bis 10 Prozent noch stärker ausfallen, da die privaten Haushalte aufgrund der geringeren Belastung durch Corona ein höheres Arbeitsvolumen haben und auch dem wieder gestiegenen Freizeitangebot nachgehen.

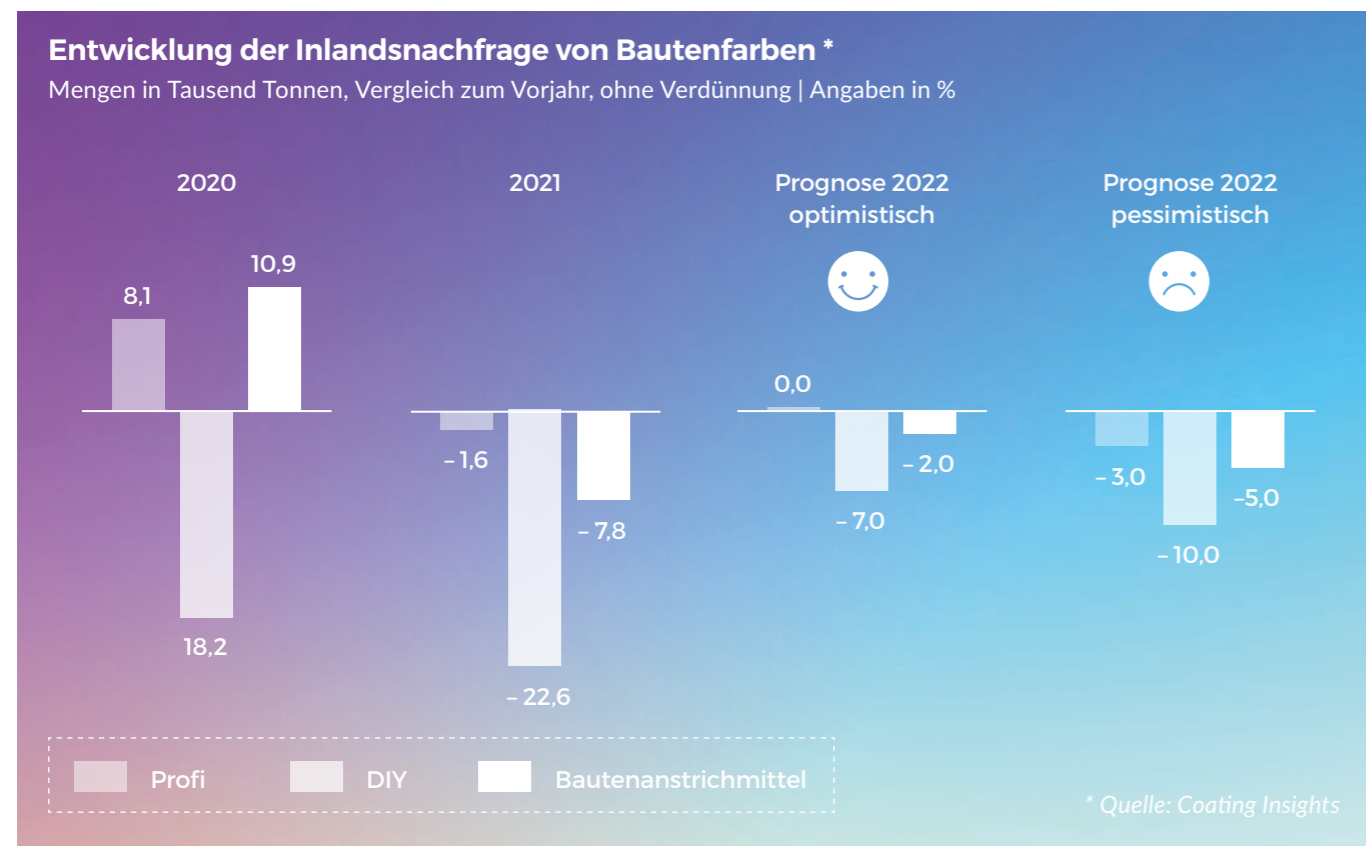
Rückgänge bei den Druckfarben

Der Markt für Druckfarben bleibt vor allem im Bereich der Publikationen schwierig und wird in Deutschland 2022 um rund 2 Prozent zurückgehen.

Die Risiken nehmen weiter zu

Zurzeit gehen die größten Risiken von einer weiteren Verknappung des Erdgases aus. So wäre bei einem kompletten Lieferstopp russischen Gases vor allem die chemische Industrie betroffen, die teilweise Anlagen komplett herunterfahren müsste. Nachgelagerte Industriebereiche wie beispielsweise der Fahrzeugbau oder die Elektrotechnik, die zu unseren Kunden zählen, wären davon ebenfalls massiv betroffen. Unklar ist auch, inwieweit das Angebot der Zwischenprodukte, die zur Herstellung von Lacken und Farben benötigt werden, zurückgehen wird.

Es wird von entscheidender Bedeutung sein, wie schnell es gelingt, alternative Energiequellen zu erschließen, auch wenn es zumindest für ein gutes Jahr nicht möglich erscheint, fehlendes Gas zu ersetzen.



Christoph Maier

ist Leiter Wirtschaft und Finanzen beim Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie. maier@vci.de

+++ KURZ & KNAPP +++

ONEPAGER mit neuen Inhalten

Unsere Onepager sind mit frischem Anstrich und aktualisierten Inhalten erschienen. Wie gewohnt werden darin die Top-Themen unseres Verbandes, vom europäischen Green Deal, über Konservierungsmittel bis hin zu Mikrokunststoffen, kurz und prägnant dargestellt.

Die graphische Begleitung hilft dabei, komplexe Sachverhalte bekömmlicher zu kommunizieren. Es liegen jeweils deutsche und englische Versionen vor. Eine Weitergabe an interessierte Stakeholder, Mitarbeiter, Partner oder auch an die (Lokal-) Politik ist ausdrücklich erwünscht.

LSW



PODCAST auf Englisch

Der VdL hat erstmalig an einem englischsprachigen Podcast mitgewirkt und betritt damit kommunikatives Neuland. In der Mai-Ausgabe des englischsprachigen European Coatings-Podcast gab Lucas Schmidt-Wehrich, VdL-Referent für Public Affairs, einen Einblick in die wichtigen Punkte und den Hauptzweck des europäischen Green Deals und erläutert die Konsequenzen für die Lackindustrie mit ihren speziellen Anforderungen.

Er zeigt auf, welche Herausforderungen bestehen, was bereits getan wurde und wie der VdL die Unternehmen der Farbenindustrie bei der Erfüllung der Anforderungen unterstützen kann.

LSW



Reinhören können Sie über den QR-Code und überall wo es Podcasts gibt.

CEPE-Workshop in Brüssel

Nach mehr als zweieinhalbjähriger, coronabedingter Zwangspause kam jetzt auch die europäische Farbenindustrie endlich wieder vor Ort in Brüssel zusammen. Der europäische Farbenverband CEPE hatte seine Mitglieder vom 29. - 30. Juni zu einem EU-Workshop in die Europa-Kapitale eingeladen. Nach so langer Pause galt es, sich gegenseitig auf den aktuellen Stand der europäischen Diskussionen und unterschiedlichen Situationen in den Mitgliedsländern zu bringen.

Vor allem regulative Themen rund um das Thema Green Deal und Reach Revision bestimmten die Tagesordnung. Am Vorabend gab es beim Besuch des europäischen Parlaments ausgiebig Gelegenheit, alte Kontakte wieder aufzufrischen und neue, internationale Netzwerke beim persönlichen Gespräch zu knüpfen.

AS



Live und in Farbe

Der VdL trifft sich in Baden-Baden



Über 100 Teilnehmer besprechen auf der Jahresversammlung 2022 in Baden-Baden die wichtigsten Themen der Lack- und Druckfarbenbranche – Neue Mitglieder im Präsidium

Nach zwei Jahren digitaler Veranstaltungen war es endlich wieder so weit: Die Lack- und Druckfarbenindustrie traf sich zu ihrer ordentlichen Mitgliederversammlung. Baden-Baden war Tagungsort der VdL-Veranstaltung, zu der am 18. Mai 2022 mehr als 100 Personen aus 68 Firmen gekommen waren.

Der Kurort am Schwarzwald war von der gastgebenden VdL-Bezirksgruppe Baden-Württemberg bereits für die Mitgliederversammlung 2020 vorgesehen, die dann aber wegen der Covid19-Pandemie abgesagt und digital nachgeholt werden musste. Auf die Teilnehmer aus den rund 200 Mitgliedsunternehmen der Lack- und Druckfarbenindustrie wartete ein umfassendes Programm: Los ging es bereits am Vortag mit ersten Treffen der Fachgruppen Bautenanstrichmittel, Druckfarben und Holzlacke, auf denen die drängendsten Themen der Branche besprochen wurden. Vor allem der Green Deal der EU und die

neue Chemikalienstrategie wurden diskutiert, aber auch die deutsche Druckfarbenverordnung und die Biozidgesetzgebung waren komplexe Punkte. Zeit zum Auftanken und Verschnaufen gab es dann beim traditionellen Gesellschaftsabend: Das benachbarte Festspielhaus bot einen feierlichen Rahmen, um bei einem gemeinsamen Abendessen auf der Theaterbühne auch Kultur zu genießen.

Offiziell startete die Versammlung am Mittwochmorgen: Vizepräsident Robert Fitzka begrüßte in Vertretung des verhinderten VdL-Präsidenten Peter Jansen die Teilnehmer sowie Vertreter des Bundeswirtschaftsministeriums, des Handels und weiterer Verbände. In seiner Rede strich Fitzka die schwierigen Monate heraus, denen sich viele Firmen in der Covid19-Pandemie ausgesetzt sahen. Selbst Gewinner der Corona-Krise litten zuletzt unter galoppierenden Rohstoffpreisen und belasteten



Eine Fotogalerie zur Veranstaltung finden Sie hier.



Lieferketten. Der Ukraine-Krieg tue ein Übriges, auch mehrere Farbenhersteller haben Geschäftsbeziehungen in die Ukraine oder nach Russland und litten nun unter dem Konflikt. Hauptgeschäftsführer Dr. Martin Kanert vertiefte anschließend die politischen Themen und erläuterte die wichtigsten Projekte und Tätigkeit des VdL. Nach der einstimmigen Entlastung des Vorstands standen Personalien auf dem Programm. So wurden Dr. Carl Epple (Epple Druckfarben AG) und Klaus-Georg Gast (Axalta) mit großer Mehrheit in das Präsidium gewählt. Christian Wiemer (Geholit + Wiemer) wurde für seine vielseitigen Tätigkeiten im VdL zum Ehrenmitglied ernannt.

Anschließend konnte Berthold Welling, Abteilungsleiter Recht und Steuern beim VCI, als Keynote-Speaker zum Thema „Lieferkettenorgfaltspflichten in Deutschland und Europa“ gewonnen werden, der den Zuhörern das neue Lieferkettenorgfaltspflichtengesetz vorstellte.

„Social Media für den Mittelstand – Fluch oder Segen?“ lautete der Vortrag von Patrick Schmidt-Kühnle. Der Kommunikator stellte die Struktur der Social-Media-Kanäle von BASF SE vor und zeigte wie mittelständische Firmen deren Erfahrungen

nutzen können. Auf einer lebhaften Podiumsdiskussion wurde das umfassende digitale Thema anhand von Best-Practice-Beispielen aus der Branche diskutiert.

Abschließend dankte Martin Kanert für das rege Interesse und stellte fest **„wie wichtig und wohltuend es ist, sich wieder persönlich begegnen zu können“**.

Er lud zum nächsten Treffen in den hohen Norden ein: 2023 wollen sich die Mitglieder in Lübeck treffen.



Alexander Schneider ist Leiter Kommunikation beim Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie. schneider@vci.de

PODIUMSDISKUSSION:

Social Media für den Mittelstand – Fluch oder Segen?



Das Leben als Bühne, ein digitales Tagebuch per Handy oder der ständige Austausch mit der eigenen Community: Die Präsenz der Menschen auf Twitter, Facebook, Snapchat, Instagram, WhatsApp oder TikTok nimmt stetig zu. Während Ältere über diese Entwicklung den Kopf schütteln, ist Social-Media für junge Menschen längst Alltag. Eigentlich ein Eldorado für Werbetreibende: Die Nutzer haben sich von teuren Werbeträgern emanzipiert, Kampagnen können für kleines Geld zielgruppengenau gestartet werden. Communities sind schnell gegründet, das Image der Produkte wird direkt

beeinflusst, der Nachwuchs klopft ans eigene Karriere-Portal. Der direkte Weg zum Kunden: Ein Segen für Unternehmen? Trotzdem scheuen viele Mittelständler den Schritt ins Digitale, sei es aus Unkenntnis, Kostengründen oder dem berüchtigten „Shitstorm“.

Auf unserer Podiumsdiskussion in Baden-Baden haben wir nach dem richtigen Weg durch diese bunte Welt gesucht – und wie sie für mittelständische Farbenhersteller kalkulierbar werden kann. Das Ergebnis nahm Moderator Alexander Schneider gleich vorweg: „Nichts geht ohne Strategie.“

Ob Biologie oder Social Media – in beiden Fällen geht es um das Verständnis komplexer Ökosysteme



Die Keynote hielt **Patrick Schmidt-Kühnle** von BASF SE. Der Senior Manager Corporate Social Media ist dort für 300 Kanäle mit zuständig und hält soziale Medien für unverzichtbar: „Das ganze Internet ist zum sozialen Medium geworden“ und vernetzte crossmediale Einzelbeiträge zu

einem großen Ganzen. Es komme auf Interaktion der Nutzer an, auf das schnelle Ansteuern der identifizierten Zielgruppen – dann gelte es die „richtigen KPI zu erreichen, Märkte zu erschließen und Communities zu bilden“.

Reichweite und Tonalität seien zentral zur Erreichung der Ziele und „die eine richtige Strategie gibt es nicht“. Angesprochen auf den richtigen Einstieg verwies der Experte auf die Hauptkriterien Kreativität, Aktivität und das Nachhalten in der Community. Am Anfang sei eine Vollzeitstelle für KMU wohl nicht nötig, und man müsse auch nicht 24/7 erreichbar sein.



Von Montag bis Sonntag durchgängig geöffnet – Social Media ermöglicht uns grenzenlose Reichweite.

Hellwach auf dem Podium zeigte sich **Melanie Gänßmantel**, Pressereferentin der Meffert AG. Dort hat man seit zwei Jahren den Einstieg geschafft und bespielt mehrere digitale Kanäle. Von der Wirkung sozialer Marketing-Kanäle ist sie überzeugt: „Die Herznote geht in der klassischen Kommunikation oft verloren, und Social Media bietet die schnelle Möglichkeit, das eigene Image emotional aufzuladen und zu verbessern. Sobald jemand interagiert, ist man in der sozialen Media-Maschine drin“. Sich nicht zu beteiligen sei verschenkte Reichweite für Kommunikation und Vertrieb, betont die Social-Media-Managerin. Der Einstieg sei inhaltlich leicht: „Jedes Unternehmen hat überall Themen versteckt, die erzählt werden wollen“. Und auch die (technischen) Kosten seien überschaubar. „Personell haben wir das mit Umstrukturierungen geschafft“. Wichtig sei, dass man Talente findet, die gerne mit Social Media arbeiten und Menschen erreichen wollen: „Man lernt nie aus und muss Social Media immer neu bewerten“.

Ausschlaggebend für den Erfolg dieser sehr emotionalen Ansprache ist das gemeinsame Verständnis der Marke in ihren Grundwerten.



„Die eigentliche Frage ist doch: Wollen sie mit ihren (potenziellen) Kunden in Kontakt treten?“

Wenn ja, dann müssen sie aktiv werden“, fasst **Thomas Börgel** kritische Fragen zusammen und weist Vorbehalte aus dem Publikum zurück. Der Gründer der „brandhelfer Marketing & Kommunikation GmbH“ hat die erfolgreiche Kampagne für die Jansen GmbH nach der Hochwasserkatastrophe geführt. Mit „Kämpfe für das was du liebst“ und #Sonderschichtlack sei man emotional stark aus dem Unternehmen heraus neu gestartet. Denn insbesondere für Marken gelte, dass man „im Kern authentisch und emotional rüberkomme“, so der Experte für strategisches Marketing.

Wir sind dort, wo unsere Stakeholder und unsere Mitglieder sind. Also dort, wo wir sie zusammenbringen können – in den sozialen Medien.



„Verbände sind kein emotionaler Lovebrand“ gibt **Andreas C. Fehler** vom VCI Baden-Württemberg anschließend zu. „Produkte und Branchen aber schon!“. Verbände hätten daher ein Interesse, dass Unternehmen Social Media nutzen. Manche Kunden erreiche man nur noch so, und erst gemeinsam im Netzwerk erreiche man oft eine nennenswerte Öffentlichkeit. Dafür biete der Verband – VCI wie VdL – so einiges: Content aller Art könne geladen, genutzt und eingebunden werden, man koordiniere Kampagnen und Hashtags und schließlich schule man sogar im Aufbau der unterschiedlichen Kanäle: „Im Endeffekt geht es um öffentlichen Dialog.“

INTERVIEW

„Mittelständler müssen sich dauernd neu erfinden!“



Dr. Carl Epple (55) wurde auf der Jahresmitgliederversammlung in Baden-Baden am 19. Mai 2022 ins Präsidium des VdL gewählt. Der promovierte Chemiker hat in der Schweiz studiert und führt das Unternehmen Epple Druckfarben AG seit 2007 in vierter Generation. Epple ist verheiratet, hat einen Sohn und wohnt in Augsburg. Wir stellen den passionierten Skifahrer und Reiter in unserem Interview vor.

Herr Dr. Epple, Sie wurden im Mai in das VdL-Präsidium gewählt und verstärken dort die Gruppe der Familieninhaber. Hinter ihrem Unternehmen stehen 150 Jahre Geschichte, damit dürften sie einer der ältesten deutschen Druckfarbenhersteller sein?

Diese „150 Jahre Epple“ haben wir mit Historikern erarbeitet. Tatsächlich hat das Unternehmen in Radebeul bei Dresden seine Ursprünge. Mein Großvater war aus Augsburg dorthin gegangen und hatte zwei Firmen zur Herstellung von Farben geführt. Aber nach dem Krieg wurde alles enteignet, mein Großvater kehrte zurück nach Augsburg und hat angefangen, unter dem Namen „Carl Epple“ Druckfarben zu produzieren. Mein Vater und meine Tante haben die Firma dann in den 1950-er Jahren übernommen und auf die andere Seite von Augsburg nach Neusäß umgezogen, wo wir noch heute produzieren.

Großvater, Vater, Tante – wie wird man in einer Unternehmerfamilie groß, in der sich über Generationen alles um das Thema Druckfarben dreht?

Die Bedeutung von Farbe für die Familie ist mir erst später

richtig bewusst geworden. Als Kind war mir nur klar, da gibt es ein Unternehmen, da steckt der Vater unheimlich viel Zeit rein, und es steht immer an erster Stelle. Und im Supermarkt war ich ein Konsument wie jeder andere. Eine Ausnahme fällt mir gerade ein: Wir waren Zulieferer für die Verpackung von Melitta-Kaffeefilter, also spielten „Melitta-Grün“ und „Melitta-Rot“ immer eine wichtige Rolle im Haus und am Frühstückstisch.

Ihr beruflicher Werdegang war bei dieser Tradition und einem Chemiestudium bestimmt früh vorgezeichnet?

Nein, so vorbestimmt war das nie bei mir. Die Chemie war ein Fach, das auf meinem humanistischen Gymnasium relativ spät kam. Da hatte man schon Fächer vergeigt oder war nicht so fleißig gewesen und konnte hier gut punkten. Und da meine Interessen zwischen Biologie und Chemie angesiedelt waren, entschied ich mich dann für das Studium in Bern und Zürich. Das war auch die richtige Entscheidung, mich hatte das alles wahnsinnig interessiert. Für meinen späteren Job war das am Ende natürlich von Vorteil. Klar stellt sich dann früher oder später die Frage, ob man ins elterliche Unternehmen einsteigt. Und es war relativ klar, dass

ich nach einer Promotion nicht nochmal meine akademische Laufbahn verlängere. Was tun? Geht man in die Industrie oder in das Familienunternehmen? Dort war gerade eine spannende Zeit mit einer Wachstumsoption.

Welche spannende Option gab es denn?

Ich hatte schon mitbekommen, dass wir 1995 mit mineralölfreien Offsetdruckfarben einen großen Wurf gemacht hatten, und zeitgleich war Epple mit einer schnell trocknenden Farbe unterwegs. Spannend war aber, dass viele der damaligen Bogenoffsetfarben auf den neuen Schön- und Widerdruck-Druckmaschinen nur mäßig funktionierten. Der erwartete und propagierte Produktivitätsvorteil drohte also verlustig zu gehen. Unsere Farben konnten das gut, das wurde zu einem Verkaufshit. Übrigens haben Verbände und Konkurrenz uns damals angegriffen, man können nicht ohne Mineralöl formulieren. Heute ist das Standard und gang und gäbe. So kam es, dass ich mich am Ende für Epple entschied.

Haben Sie sich immerhin frühzeitig für Farbchemie interessiert?

Im Studium bin ich den klassischen Weg gegangen und habe mich später auf organische Chemie spezialisiert. In meiner Promotion ging es darum, modifizierte DNA-Moleküle synthetisch herzustellen. Wenn man ehrlich ist, ist die „Farbchemie“ eines Druckfarbenherstellers auch eher ein Formulieren: Rohstoffe auswählen, zusammenmischen und optimieren. Angefangen habe ich bei Epple dann als Leiter Forschung und Entwicklung, und da liegt bis heute mein Interessenschwerpunkt. 2003 habe ich einen berufsbegleitenden MBA gemacht, das war hilfreich, um andere Unternehmer kennenzulernen – was sie besser machen und was schlechter.

Wenn Sie Farbe als Formel sehen, was ist dann das Spezielle an Farbe, das Besondere?

Farbe und Druck haftet immer auch das Thema Kunst oder Kunstwerke an. Das war auch lange ein Selbstverständnis in der Branche. Aber heute versucht man durch standardisierte Arbeitsweisen in Richtung industrieller Prozesse zu kommen. Wobei gerade bei der Bogenoffsetfarbe klar ist, dass man nie an eine Standardisierung wie etwa beim Autoserienlack rankommen wird, aber standardisierte Herstellung ist ein wichtiges Ziel. Die Emotionalität der Produkte liegt eher bei den Druckereien, die Umsetzung ist ja auch wirklich spannend, und Farbe transportiert auch immer Emotionen. Das läuft dann aber eher in den Bereichen Druckerei, Vorstufe, Agentur ab, die dann am Ende das rauskitzeln, was Farbe wirklich kann.

Druckfarbe ist ein überschaubarer, spezieller Bereich. Man sagt ihr seit Jahren eine Dauerkrise nach ...

Naja, es ist doch das Schicksal eines Mittelständlers, dass er sich dauernd neu erfinden muss! Bisher haben wir es immer geschafft, im Lauf von etwa vier Jahren pünktlich zur Messe

Kurzbiographie

- 1967 Geboren in München
- 1986 Abitur am humanistischen Gymnasium bei St. Stephan in Augsburg
- 1988 – 1992 Chemiestudium an der Eidgenössischen Technischen Hochschule in Zürich
- 1993 – 1997 Promotion an der Universität Bern im Gebiet der bioorganischen Chemie
- 1998 Eintritt bei Epple Druckfarben als Leiter F+E
- 2001 – 2003 Berufsbegleitendes MBA-Studium an der Universität Augsburg
- 2007 Bestellung zum Vorstand

drupa Innovationen herauszubringen, die die Branche beeinflusst haben. Ich sehe keine „Dauerkrise“ aber sicher ein schwieriges Umfeld. Generell stehen Printprodukte für den täglichen Bedarf unter erheblichem Druck, und der ist durch Covid19 und Lieferengpässe weiter gestiegen. Die Branche sortiert sich definitiv, und man muss gucken, wie man zu Rande kommt. Druck wird existent bleiben. Alles auf Faser und Papier bekommt zurzeit einen neuen Aufwind, schon durch das politische Umfeld wie den Green Deal oder die Diskussion um Plastik und Mikroplastik. Die Portionierungen werden anders sein, und da muss jeder seinen Platz finden. Flyer, Kalender, Prospekte werden weniger, aber Verpackungsdruck wird stabil sein, da wird es Themen geben, die bearbeitet werden müssen. Manche nehmen bei Innovationen und Neuerungen etwas das Tempo raus. Aber für mein Unternehmen kann ich sagen, wir wollen weiter nach vorne gehen.

Wenn sie schon dabei sind, haben Sie aktuell ein Lieblingsprodukt, mit dem Sie nach vorne gehen?

(lacht) Zurzeit gibt es zwei Themen, die uns besonders beschäftigen. Zunächst ist alles spannend und richtig anspruchsvoll, was in den Bereich „direct food contact“ geht. Außerdem liegt mir unser neues Projekt „PURE“ sehr am Herzen. Das haben wir auf Epple-Füßen entwickelt, jetzt aber als eigenständiges Startup ausgegliedert. Das ist eine komplett neue Farbtechnologie und hat viele Vorteile hinsichtlich Nachhaltigkeit.

Die wirtschaftliche Lage ist komplex. Hat ein Familienunternehmen in solchen Zeiten Vor- oder doch eher Nachteile?

Kleine und mittlere Unternehmen können schneller handeln, haben in täglichen Fragen mehr Freiheit. Aber man muss sich den Konzentrationsprozessen entgegenstellen. Man hat eine Chance, solange man über einer kritischen Größe liegt. Bei uns geben 250 Mitarbeiter täglich ihr bestes, international sind wir rund 350. Viele Kunden schätzen diese Nähe, die Flexibilität und die kurzen Entscheidungswege. Da können sie manches in

INTERVIEW

kleineren Einheiten schneller abwickeln. Von Spezialitäten alleine kann man aber nicht leben, und bei den großen Volumenprodukten muss man in Schlagweite der Großen auf der Kostenseite bleiben.

Was schätzen Kunden bei KMU besonders, wenn nicht den Preis?

Kunden schätzen den Ansprechpartner und die schnelle Umsetzung ihrer Wünsche. Aber Kundentreue hat in den letzten Jahren stark gelitten, das Kommerzielle steht im Vordergrund. Außendienst und persönliche Beziehungen sind zurückgegangen. Auch technische Lösungen fallen beim kommerziellen Abwägen oft hinten runter, weil der reine Einkaufspreis zählt und nicht die Gesamtbetrachtung im Prozess. Man muss Kunden Dinge ermöglichen, sich zu kennen reicht heute nicht mehr. Eine Balance zwischen Wettbewerbsfähigkeit und Möglichkeiten für den Kunden zu schaffen, das ist die Herausforderung für den Mittelständler.

Was sind also die wichtigsten Kriterien für einen erfolgreichen Mittelständler aus Kundensicht?

Kompetenz, die muss man ausstrahlen. Dann Flexibilität. Und Innovationsfreude, die beweist, dass man mit den Großen in einer Liga spielt. Ein kurzer Weg zur Geschäftsführung ist für manchen auch förderlich.

Lässt sich mit diesen Eigenschaften auch die aktuelle Lage überstehen?

Die letzten Jahre waren für unsere Branche unglaublich schwierig. Die Rohstoffpreise galoppieren so davon, dass inzwischen die Rentabilität der Unternehmen in Frage steht, und das auf einem ohnehin schon gebeutelten Markt. Es gibt ein wahnsinniges Spannungsfeld bei den Rohstoffpreisen und den Verfügbarkeiten, die alles andere überlagern. Seit drei Jahren folgt ein Problem auf das nächste und man ist im permanenten Krisenmanagement. Schwieriger Markt, Pandemie, Containerkrise, Verfügbarkeit, Russland/Ukraine-Konflikt, Null-Covid-Strategie in China ... Das ist auf die Dauer zermürend.

Und in dieser komplexen Situation ist doch gerade Verbandsarbeit wichtig?

Ich nehme seit vielen Jahren Aufgaben im Verband wahr. Vor vielen Jahren habe ich meinen Vater in der TK Druckfarbe abgelöst. Bald ging es los mit Problemen wie ITX (Anm. d. Red.: 2005 wurden Rückstände dieses Rezepturbestandteils in UV-Lacken und -Farben aus Verpackungen in Babymilch festgestellt), bei denen sich die Druckfarbe aufstellen musste. Dann wurde klar, dass das alles Probleme sind, die auf europäischer Ebene gelöst werden müssen.

Bald kam PIFOOD, dann PIFOOD Vision, dann wurde ich Vorsitzender der TK. Ich war also immer technisch unterwegs, musste aber in dieser Funktion auch in der Fachgruppe präsentieren. Nach der Anfrage des bayrischen Landesverbandes vor drei Jahren kam jetzt die Anfrage, ob das VdL-Präsidium etwas für mich wäre. Natürlich sollte die Druckfarbe im Präsidium vertreten sein, das unterstütze ich gerne.

Was bringt Ihnen Verbandsarbeit persönlich? Haben Sie Ziele?

Ich will gerne die Stimme der Druckfarbe im Präsidium sein und vielleicht andere von den Themen partizipieren lassen, die wir als Druckfarbe bereits weitergetrieben haben, besonders in der Chemikaliengesetzgebung oder bei Lebensmittelverpackungen. Der Verband soll ein Forum sein, hier kann man Themen aufschnappen und Positionen hören lassen. Sonst hat man außerhalb seines Bereichs ja eher wenig Kontakt, und die anderen Themen aus anderen Sektoren selten auf dem Schirm. Unsere Berührungspunkte gibt es zu grafischen Lacken und Klebstoffen, aber Schnittpunkte zu anderen Lackherstellern sind eher selten. Da kann ich auch für mich persönlich viel rausziehen. Auf der technischen Seite ging das immer gut, jetzt bin ich auf so manches Nähkästchen gespannt.

Wir haben viel über Tradition gesprochen und Sie haben die Probleme der Branche klar benannt. Würden Sie ihrem Sohn raten, in die Unternehmensfolge einzutreten?

Ich würde ihm auf jeden Fall raten, Unternehmer zu werden, wenn das seiner Persönlichkeit entgegenkommt. Die Freiheit Dinge machen zu können, ist einfach spannend. Die Branche will aber gut gewählt sein, und es reicht nicht, dass schon etwas da ist. Aber wenn wir endlich wieder in einen gestalterischen Prozess kommen, würde ich auch bei Farben zuraten. So habe ich das damals auch entschieden. Klare Abwägung: Macht es Sinn? Und Spaß machen soll es ja auch. Das hat ja alles noch Zeit, er ist 12 Jahre alt.

Und am Ende folgt immer die Frage nach der eigenen Lieblingsfarbe, und wir vermuten mal „Epple“-Orange!?

Gelb, ganz einfach, weil es schon immer so war.

Das Interview führte Alexander Schneider

Vielen Dank für das Gespräch.

+++ KURZ & KNAPP +++

Technische Kommission Putz & Dekor



➕ Im April haben die Mitglieder der Technischen Kommission Putz & Dekor (TK) Jack van Leeuwen (Sto SE) zum neuen Vorsitzenden gewählt.

Der in Verbandsarbeit erfahrene van Leeuwen folgt im Vorsitz auf Dr. Werner Duttlinger, der die TK seit 2017 leitete und bald in den Ruhestand eintreten wird.

Van Leeuwen wurde zudem in den Vorstand der Fachgruppe Putz & Dekor berufen und bewirbt sich dort um den stellvertretenden Vorsitz.

SH

Treffen der Auto-reparaturlackbranche

➕ Nach einer dreijährigen coronabedingten Pause haben sich im Mai 2022 der VdL Arbeitskreis Autoreparaturlacke sowie der Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK), der Zentralverband Karosserie- und Fahrzeugtechnik (ZKF) sowie die Bundesfachgruppe Fahrzeuglackierer (BFL) des Hauptverbands Farbe, Gestaltung, Bautenschutz zu einer gemeinsamen Sitzung getroffen. Neben den regulatorischen Themen Titandioxid und Diisocyanate wurden insbesondere die Themen der Reparaturlackierung in Bereichen mit Fahrassistenzsystemen, Sonderlackierungen und Nachhaltigkeit in der Kfz-Reparatur besprochen. Der nächste gemeinsame Austausch ist für Frühjahr 2023 geplant.

KM

Thema Druckfarbenverordnung

➕ Um die Kundenindustrien über die kürzlich veröffentlichte, sogenannte Druckfarbenverordnung ins Bild zu setzen, wurden vom VdL zwei Webseminare zur Konformität von bedruckten Lebensmittelkontaktmaterialien in Deutschland veranstaltet. Das Seminar wurde am Vormittag in deutscher und am Nachmittag in englischer Sprache abgehalten.

Insgesamt informierten sich über 660 Teilnehmer über die aktuellen und zukünftigen gesetzlichen Vorgaben. Die hohe Teilnehmerzahl sowie das sehr positive Feedback zeigten, dass der Verband sowohl mit dem Thema als auch mit dem Format richtig lag.

CW

Neuer Vorstand der Fachgruppe Pulverlacke

➕ Bei der letzten Mitgliederversammlung der Fachgruppe Pulverlacke im April 2022 stand die turnusgemäße Wahl des Vorstands der Fachgruppe an.

Der langjährige Vorsitzende der Fachgruppe, Hans Helmuth Schmidt (CWS), stand für eine Wiederwahl nicht mehr zur Verfügung. Die Fachgruppe dankte ihm für die langjährige Leitung und sein intensives Engagement zum Wohle der Pulverlackindustrie und ernannte

ihn in Anerkennung seiner Verdienste zum Ehrenmitglied der Fachgruppe. Als neuen Vorsitzenden wählte die Fachgruppe Thomas Knoll, der bereits seit vielen Jahren Mitglied des Vorstands ist und seit fast 40 Jahren beim österreichischen Pulverlackhersteller Tiger Coatings arbeitet. Als weitere Vorstandsmitglieder wurden Dr. Rainer Frei (FreiLacke), Andreas Bubenhofer (KABE) und Stefan Langenstroth (Akzo Nobel) gewählt.

KM



Nachhaltiges Produktdesign und digitaler Produktpass für den EU-Markt



Der europäische Green Deal soll das Fundament für eine nachhaltige Europäische Union schaffen und verspricht nicht weniger als eine umfangreiche Transformation der europäischen Wirtschaft. Die neue Wachstumsstrategie soll Europa den Weg zu einer modernen, ressourceneffizienten und kreislaforientierten Wirtschaft weisen und gleichzeitig deren Wettbewerbsfähigkeit steigern. Das alles unter der Prämisse der Netto-Klimaneutralität bis 2050. Europa würde dadurch zum ersten klimaneutralen Kontinent der Welt aufsteigen.

Am 30. März 2022 hat die Europäische Kommission im Rahmen des europäischen Green Deals das lange erwartete erste Paket zur Kreislaufwirtschaft vorgestellt. Enthalten sind darin Vorschläge, wie nachhaltige Produkte in der EU zur Norm werden, wie kreislaforientierte Geschäftsmodelle ermöglicht und wie Verbraucher für den grünen Wandel gestärkt werden sollen.

Bereits im Juli 2021 haben wir an dieser Stelle über die Pläne der EU-Kommission berichtet. Schlüsselinitiative des ersten Pakets zur Kreislaufwirtschaft ist für die Lack- und Druckfarbenbranche der Vorschlag einer Ökodesign-Verordnung für nachhaltige Produkte (Ecodesign for Sustainable Products Regulation, ESPR).

Ökodesign-Verordnung für nachhaltige Produkte (ESPR)

Der Vorschlag zur ESPR ist ehrgeizig und erweitert den Geltungsbereich der Ökodesign-Richtlinie (2009/125/EG) von energieverbrauchsrelevanten Bauprodukten auf nahezu alle Kategorien – mit Ausnahme von Bauprodukten, Lebensmitteln, Futtermitteln und Arzneimitteln. Nach ihrer Verabschiedung wird die Verordnung einen allgemeinen Rahmen schaffen, der Ökodesign-Anforderungen an Produkte stellt, die für den EU-Markt bestimmt sind.

Die Kommission hat angekündigt, dass sie bis Ende 2022 eine öffentliche Konsultation zu den Produktgruppen durchführt, die im Rahmen des ersten Arbeitsplans für die ESPR ausgewählt werden sollen. Eine vorläufige Bewertung hat ergeben, dass in mehreren Branchen Handlungsbedarf im Zuge der Nachhaltigkeitsvorschriften besteht. Neben Reinigungs-

We want sustainable products to become the norm on the European market. (...) Products we use need to be durable, reliable, reusable, and repairable.

Frans Timmermans, geschäftsführender Vizepräsident der Europäischen Kommission und Kommissar für Umweltschutz

und Schmiermitteln, Textilien, Möbeln, Reifen, Matratzen, Eisen sowie Stahl, werden auch Farben und Verpackungen aufgeführt.

Nachhaltiges Produktdesign

Mit der ESPR wird beabsichtigt, das jeweilige Design zu überprüfen, um den Umwelt- und Nachhaltigkeitsbedenken, die sie derzeit aufwerfen, gerecht zu werden. Dazu sind sowohl Leistungs- als auch Informationsanforderungen vorgesehen. Bei den Leistungsanforderungen geht es u. a. um die Einhaltung von Vorschriften über Haltbarkeit, Reparierbarkeit, Wiederverwendbarkeit, Recyclingfähigkeit, ökologischen Fußabdruck, Kohlenstoff-Fußabdruck, Freisetzung von Mikroplastik, Vorhandensein bedenklicher Stoffe und Abfallerzeugung. In der Praxis könnte dies beispielsweise eine Verpflichtung zur Einhaltung von Vorschriften über den Mindestrecycling-

anteil für Farben, oder die Umstellung auf ein Produkt-als-Dienstleistung-Geschäftsmodell bedeuten.

Für die ESPR-Produktgruppen sind zudem eine Konformitätsbewertung durch Dritte vorgesehen, sowie eine Konformitätserklärung (Declaration of Conformity, DoC) und eine CE-Kennzeichnung vorgeschrieben. Eine Zertifizierung der Produktleistung durch Dritte ist mit Audits, Akkreditierungen und Prüfungen verbunden.

Im Rahmen der Informationspflichten müssen Einzelheiten über die Leistung eines Produkts, wie oben definiert, mit dem Produkt geliefert werden. Der Vorschlag sieht vor, dass diese Informationen auf dem Produkt, der Verpackung, dem Etikett, der Webseite, dem Handbuch oder in einem Produktpass enthalten sein können.

Der digitale Produktpass

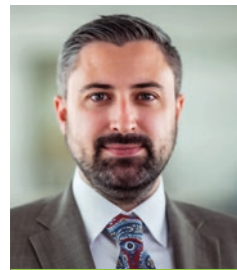
Es ist kein Geheimnis, dass die EU-Kommission die Digitalisierung als Voraussetzung für ein grünes, nachhaltiges Europa betrachtet. Die Digitalisierung erleichtert die Rückverfolgbarkeit, vereinfacht die Marktüberwachung und fördert die Einhaltung der Vorschriften. Der digitale Produktpass (DPP) wird in dieser Hinsicht eine wichtige Rolle spielen. Jedes Produkt, das in der EU in Verkehr gebracht wird, soll mit einem maschinenlesbaren Pass ausgestattet sein, der durch Scannen eines Datenträgers zugänglich und mit einem eindeutigen Produktkennzeichen verknüpft ist. Um die Durchsetzung der Ökodesign-Anforderungen zu erleichtern, wird die Kommission ein Register für Produktpässe einrichten, in dem alle Daten über die in der EU in Verkehr gebrachten Produkte gespeichert werden.

SERIE: EUROPEAN GREEN DEAL (IX)

Neben der ESPR enthält das erste Paket zur Kreislaufwirtschaft auch Vorschläge zur Überarbeitung der Bauprodukteverordnung, Regeln zur Stärkung der Verbraucher in der grünen Transformation sowie eine neue EU-Strategie für nachhaltige Textilien.

Ausblick

Im November 2022 wird ein weiteres Paket zur Kreislaufwirtschaft erwartet, darunter ein Vorschlag über Nachweise zu Umweltleistungen von Produkten und Unternehmen, die sich auf die Methoden des Products Environmental Footprint (PEF) und des Organisations Environmental Footprint (OEF) stützen dürften. Auch die Überarbeitung der Richtlinie über Verpackungen und Verpackungsabfälle soll Teil dieses Pakets sein.



Lucas Schmidt-Weirich

ist Referent für Public Affairs beim Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie.
schmidt-weirich@vci.de

Das sagt der VdL

Nachhaltigkeit muss ganzheitlich gedacht werden. Bei der Bewertung der Leistungsfähigkeit von Produkten sollten dessen potenzielle Nachhaltigkeitsfunktionen im Sinne des Green Deals und der ESPR berücksichtigt werden. Langlebiger Werterhalt, Reparierbarkeit und Kreislauffähigkeit sind bereits jetzt Schlüsselfunktionen von Farben und Lacken. Um tatsächlich nachhaltige Produkte zu fördern, ist die Betrachtung des gesamten Produktlebenszyklus in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (Ökologie, Ökonomie und Soziales) notwendig. Das gilt von den Rohstoffen über die Produktherstellung bis hin zu den Recyclingprozessen.

Dabei schließen sich Nachhaltigkeit und gefährliche Stoffe nicht aus. Denn oft macht der Einsatz gefährlicher Stoffe nachhaltige Verfahren, Produkte und Anwendungen erst möglich. Die hierfür benötigte Funktionalität bzw. Reaktivität chemischer Stoffe, etwa bei Zweikomponenten-Beschichtungsmitteln, ist zum Erreichen der gewünschten langlebigen Produktfunktion essenziell. Im Vordergrund muss deshalb die sichere und nachhaltige Verwendung von Stoffen stehen. Auch ist es wichtig, dass die ESPR nicht zu Doppelregulierungen führt, sondern im Einklang mit bestehenden Regulierungen wie REACH oder Produkt- und Abfallregularien steht.

Bei der Ausgestaltung des digitalen Produktpasses (DPP) ist es von zentraler Bedeutung, dass Geschäftsgeheimnisse, Rechte an geistigem Eigentum und Wettbewerbsregeln geschützt bleiben. Eine Auflistung aller bedenklichen Stoffe, um die Rückverfolgung dieser über den gesamten Lebenszyklus der Produkte zu ermöglichen, würde dies gefährden. Deshalb sollte nur Zugang zu einer bestimmten Auswahl relevanter Arten von Informationen gewährt werden, um eine Offenlegung von Lieferketten oder Rezepturen zu vermeiden. Um den Verwaltungsaufwand gering zu halten, sollten die Berichtspflichten im Rahmen des DPP in einem einzigen Format für alle Akteure der Wertschöpfungskette erfolgen. Denn erhöhte Informationspflichten wären eine enorme Belastung für die Industrie, insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen.



Zur VdL-Stellungnahme zum Entwurf der Ökodesign-Verordnung für nachhaltige Produkte.



Schulterschluss mit Fach- und Kundenverbänden

Gemeinsames Positionspapier

Der europäische Green Deal soll das Fundament für eine nachhaltige Europäische Union schaffen und sieht hierfür eine umfangreiche Transformation der europäischen Wirtschaft vor. Insbesondere die Chemikalienstrategie für Nachhaltigkeit (CSS) wird dabei erhebliche Auswirkungen auf Hersteller und Verwender chemischer Produkte wie etwa Lacke, Farben, Baustoffe und Klebstoffe haben.

Mit über 80 Maßnahmen sollen die bewährten CLP- und REACH-Abläufe überarbeitet werden. Eine der Maßnahmen mit besonders hohen Auswirkungen auf Hersteller und Verwender von Gemischen ist die Ausweitung des sogenannten „allgemeinen Konzepts für das Risikomanagement“ (GRA). Dabei handelt es sich im Kern um einen gefahrenbasierten Ansatz, der vorsieht, dass die Verwendung von Stoffen allein auf Basis ihrer intrinsischen Gefahreneigenschaften beschränkt wird. Neben der Einführung neuer Gefahrenklassen soll der Anwendungsbereich von privaten Endverbrauchern auf künftig auch gewerbliche Verwender ausgedehnt werden. Das würde eine chemikalienrechtliche Gleichsetzung von professionellem Handwerker und Endverbraucher bedeuten.

Die aktuelle Praxis, dass private Endverbraucher mit bestimmten Gefahrstoffen nicht in Kontakt kommen sollen, ist nachvollziehbar, da der Endverbraucher im Allgemeinen nicht die nötige Erfahrung im Umgang mit diesen Stoffen aufweist. Eine Ausweitung auf gewerbliche Verwender, wie professionelle Handwerker, ist jedoch unverständlich und abzulehnen, da diese in Deutschland im Umgang mit berufsspezifischen Gefahrstoffen sowie der entsprechenden Schutzausrüstung geschult sind. Eine Gleichsetzung der professionellen Verwendung mit der Endverbraucheranwendung würde

sowohl die Qualität der Ausbildung in Deutschland negieren als auch das hohe Arbeitsschutzniveau in Frage stellen.

Eventuelle Defizite hinsichtlich der Harmonisierung des Arbeitsschutzrechts innerhalb der EU sollten dort adressiert und nicht durch das Chemikalienrecht kompensiert werden, da sonst Länder benachteiligt sind, die berufliche Ausbildung und Arbeitsschutz auf hohem Niveau etabliert haben.

Um die deutschen Behörden auf diesen Umstand aufmerksam zu machen, hat der VdL mit der Deutschen Bauchemie, dem Bundesverband Korrosionsschutz, dem Hauptverband der deutschen Holzindustrie, dem Industrieverband Klebstoffe und dem Bundesverband Farbe, Gestaltung, Bautenschutz ein umfassendes Positionspapier erarbeitet und dieses mit einem Angebot für ein Fachgespräch den Vertretern von Ministerien und Fachbehörden (BMUV, BMAS, BMWK, BfR und BAuA) zur Verfügung gestellt.



VdL-Positionspapier zur Ausweitung des allgemeinen Konzepts für das Risikomanagement im Rahmen der Chemikalienstrategie für Nachhaltigkeit (GRA)



Aline Rommert

ist beim VdL Referentin für Produktsicherheit, Nanotechnologie, technische Gesetzgebung und REACH.
rommert@vci.de

Plädoyer für eine wissenschaftliche Chemikaliengesetzgebung:

Unite behind the Science!

Bei „Fridays for Future“ oder dem „March for Science“ wird die Politik eindringlich aufgefordert, die Erkenntnisse der Wissenschaft zu berücksichtigen.

Bei der Chemikaliengesetzgebung ist ein anderer Trend zu beobachten, der aktuell bei der EU-Chemikalienstrategie besonders deutlich wird: Hier sieht sich die Politik unter dem Druck von Nichtregierungsorganisationen (NGO) und Medien oft genötigt, Maßnahmen voranzutreiben, die eine wissenschaftliche Basis vermissen lassen.

Mit Slogans wie „Unite behind the Science!“ versuchen Klimaaktivisten und-aktivistinnen, das Bewusstsein für den Klimawandel zu schärfen und Regierungen zum Handeln zu bewegen. Ganz ähnliche Aufrufe wurden während der Covid-Pandemie laut, mit denen Öffentlichkeit und Politik auf die Empfehlungen der Virologen aufmerksam gemacht werden sollten. Natürlich wird die Forderung, der Wissenschaft zu folgen, manchmal mit einer Absolutheit vorgebracht, die der Komplexität der Probleme nicht gerecht wird und auch vielen Wissenschaftlern Unbehagen bereitet. Die meisten Probleme in modernen Gesellschaften haben einen mehrdimensionalen Charakter.

Um Lösungen zu finden, müssen daher verschiedene Perspektiven und wissenschaftliche Disziplinen einbezogen werden, die dabei zu unterschiedlichen Auffassungen kommen können, ohne dass zwingend eine wahr ist, und

die anderen falsch sind. Wenn man sich jedoch dieser Komplexität bewusst ist und den mehrdimensionalen Charakter der meisten Probleme akzeptiert sowie die Grenzen von wissenschaftlichen Modellen und Erkenntnissen berücksichtigt, dann ist die Forderung, der Wissenschaft zu folgen eine sinnvolle Devise: Im besten Fall bedeutet das, alle verfügbaren wissenschaftlichen Erkenntnisse im politischen Prozess zu berücksichtigen, ohne dabei Fakten außer Acht zu lassen, die nicht ins eigene Weltbild passen.



Die Chemikalienstrategie ist keine rein wissenschaftsbasierte Politik

Interessanterweise findet man Rufe nach einer wissenschaftsbasierten Chemikaliengesetzgebung fast nur seitens der Industrie. Vielmehr werden in diesem Bereich meist Forderungen nach pauschalen Verboten laut. Die Industrie mag die Metapher vom Löwen im Käfig und in der Savanne noch so oft in Infografiken darlegen; sobald ein gefährlicher Stoff gefunden wurde, läuft die Skandalisierung durch NGOs und Medien auf Hochtouren – unabhängig davon, ob tatsächlich ein Risiko besteht. Mit dem Slogan „Gefährliche Stoffe haben in Endprodukten nichts verloren“ lässt sich Politik machen, da er eingängig und scheinbar auch selbstverständlich ist. Dass damit die wissenschaftsbasierte Risikobewertung einfach übergangen und seit Paracelsus bekannte (und somit fast 500 Jahre alte) wissenschaftliche Erkenntnisse ignoriert werden, stört dabei nicht. Leider ist auch die neue EU-Chemikalienstrategie für Nachhaltigkeit (CSS) in einem ähnlichen Geist geschrieben. Unabhängig davon, was man

Inzwischen mehren sich die Stimmen aus der Wissenschaft, die auf die Defizite der Chemikalienstrategie hinweisen. Eine Reihe von Publikationen namhafter Wissenschaftler aus Universitäten, Bundesbehörden, Forschungseinrichtungen und der Deutschen Gesellschaft für Toxikologie zeigen deutlich auf, an welchen Punkten die CSS den Boden der Wissenschaft verlässt (s.u.).

Natürlich gilt auch in der Chemikalienpolitik, dass im politischen Prozess nicht nur die Wissenschaft (hier insbesondere die Toxikologie) eine Rolle spielt. Es dürfte jedoch konsensfähig sein, dass die Kritikpunkte der Wissenschaftler Berücksichtigung finden sollten. Bisher sieht es jedoch nicht so aus, als würde die EU-Kommission von ihren Plänen abrücken. Es bleibt daher zu wünschen und Ziel der Arbeit des VdL und seiner Partner, dass der Slogan „Unite behind the science“ auch bei der Chemikalienstrategie zur Devise wird.



Dr. Christof Walter

ist Leiter Technik beim VdL mit Schwerpunkt Biozide, Druckfarben und Produktinformationen.
walter@vci.de

von den einzelnen Maßnahmen inhaltlich halten mag, kommt in dieser Strategie eine gewisse chemiefreudliche Grundhaltung zum Ausdruck. Das mag viele NGO erfreuen, macht es aber für Chemiker und Chemikerinnen schwierig, diese Strategie zu lesen, ohne sich in der Berufsehre angegriffen zu fühlen.

Wird die Politik der Wissenschaft folgen?

Natürlich ist nicht alles an der Chemikalienstrategie schlecht. Aber viele der geplanten Maßnahmen würden die Chemikaliengesetzgebung vom wissenschaftsbasierten Konzept der Risikobewertung wegführen, hin zu einer Richtung pauschaler gefahrenbasierter Verbote. Das wäre im Einklang mit den Forderungen vieler NGO. Ein Beispiel ist die Ausweitung des „allgemeinen Konzepts für das Risikomanagement“ (siehe auch der Beitrag auf Seite 23).

Unwissenschaftliche Maßnahmen werden jedoch nicht zu einem höheren Verbraucherschutzniveau führen und bergen das Risiko, dass die Chemie ihren wichtigen Beitrag zur Erfüllung der Green-Deal-Ziele nicht mehr wie erforderlich leisten kann.

Wissenschaftliche Veröffentlichungen zur Chemikalienstrategie



Stellungnahme der Deutschen Gesellschaft für Toxikologie



Veröffentlichung von Wissenschaftlern des Bundesinstitutes für Risikobewertung (BfR): The „EU chemicals strategy for sustainability“ questions regulatory toxicology as we know it: is it all rooted in sound scientific evidence?



The EU chemicals strategy for sustainability: in support of the BfR position



The EU chemicals strategy for sustainability: critical reflections on proposed regulatory changes for endocrine disruptors and mixture toxicity,

Europäische Regelung statt deutschem Alleingang

Im November vergangenen Jahres hatte die sogenannte Druckfarbenverordnung im Bundesrat die letzte legislative Hürde genommen und wurde kurz darauf mit einer vierjährigen Übergangsfrist veröffentlicht. Jedoch stimmte die Länderkammer der Verordnung nicht kritiklos zu, sondern forderte die Bundesregierung auf, „sich nachdrücklich für die Entwicklung einer einheitlichen europäischen Regelung einzusetzen“. Denn im Grundsatz sind bedruckte Lebensmittelverpackungen auf EU-Ebene reguliert, allerdings fehlen spezifische Vorgaben.

Obgleich der europäische Druckfarbenverband (EuPIA) in Ermangelung solcher Vorgaben Konzepte entwickelt hat, damit bedruckte Lebensmittelverpackungen sicher sind, sprechen sich die Druckfarbenindustrie und die gesamte Lebensmittelverpackungskette seit Jahren für eine harmonisierte Regelung für bedruckte Lebensmittelkontaktmaterialien aus. Nur eine europäische Regelung kann

dem europäischen Binnenmarkt gerecht werden und ein einheitliches Verbraucherschutzniveau sicherstellen. Grundsätzlich erkennt auch die Bundesregierung den Vorrang einer europäischen Regelung an. So ist eine Verlängerung der Übergangsfrist vorgesehen, sollte die EU-Kommission in dieser Zeit eine entsprechende Einzelmaßnahme zu bedruckten Lebensmittelbedarfsgegenständen vorlegen.


Europäische Verpackungskette fordert die Kommission zum Handeln auf

Bisher ist die EU-Kommission dem Wunsch der Lebensmittelverpackungskette nach einer europäischen Regelung, der nebenbei auch von vielen Nichtregierungsorganisationen (NGO) und Behörden der Mitgliedsstaaten geteilt wird, nicht nachgekommen. Zwar hatte die Kommission ursprünglich einen Entwurf für 2018 angekündigt, allerdings ist sie nach wie vor mit der Evaluierung

des Rechtsrahmens beschäftigt, dessen Zeitplan sich immer weiter nach hinten verschiebt. Auch wenn die Überprüfung der in die Jahre gekommenen Rahmenverordnung sinnvoll ist, darf das nicht dazu führen, dass der Harmonisierungsprozess stockt.

Daher hat sich die Packaging Ink Joint Industry Task Force (PIJITF), welche die gesamte europäische Wertschöpfungskette von den Rohstoffherstellern der chemischen Industrie bis hin zu den Lebensmittelherstellern umfasst, mit einem Schreiben an Stella Kyriakides (EU-Kommissarin für Gesundheit) und Thierry Breton (Kommissar für Binnenmarkt und Dienstleistungen) gewandt.

In diesem Brief wird die EU-Kommission aufgefordert, die Harmonisierung fortzusetzen und notwendige Ressourcen bereitzustellen, um zeitnah eine europäische Regelung für bedruckte



Noch ist es nicht zu spät für eine europäische Lösung: die Lebensmittelverpackungskette fordert die Kommission auf, die Übergangsfristen der sogenannten Druckfarbenverordnung zu nutzen und zeitnah eine harmonisierte Regelung für bedruckte Verpackungen vorzulegen.

Lebensmittelkontaktmaterialien zu entwickeln und diese in die Überarbeitung der Rahmenverordnung einzubetten. Ein Konzept der PIJITF für eine Regulierung liegt bereits vor.

VdL und Schwesterverbände bitten Europaabgeordnete um Unterstützung

Der VdL und seine europäischen Schwesterverbände haben sich, koordiniert durch die EuPIA, an verschiedene Abgeordnete des Europaparlamentes in mehreren EU-Mitgliedsstaaten gewandt und diese aufgefordert, die Lebensmittelverpackungskette in ihren Bemühungen zu unterstützen und sich für eine europäische Lösung einzusetzen. Erste Reaktionen zeigen, dass auch viele Parlamentarier den Ansatz einer europäischen Lösung teilen. Es bleibt zu hoffen, dass durch die gemeinsamen Bemühungen die Kommission dazu bewegt werden kann, zeitnah eine Regelung vorzulegen.

CW

Kommentar

Die Kommission muss handeln

Von Dr. Christof Walter

Angesichts der unzähligen Maßnahmen, die im Rahmen des Green Deals und der CSS auf die Industrie einprasseln, von denen viele weder erforderlich noch sinnvoll sind, entbehrt es nicht einer gewissen Ironie, dass im Bereich der Lebensmittelkontaktmaterialien die Harmonisierung stockt und die Wirtschaft faktisch um eine Regulierung bitten muss. Dabei ist gerade hier die Zeitskala sehr entscheidend, im schlimmsten Fall würde die Kommission die weitere Harmonisierung erst nach der Übergangsfrist der Druckfarbenverordnung in Angriff nehmen. Dann müsste die gesamte Kette zunächst alle Prozesse an die deutsche Verordnung anpassen, die dann kurze Zeit später obsolet werden würde, wodurch eine erneute Umstellung an das neue EU-Recht erforderlich wäre. Das kann nicht der richtige Weg sein. Die Kommission muss jetzt handeln.

Bauen gegen den Klima- wandel

Wie neue Baukonzepte den Innovationsgeist antreiben: Intelligente Beschichtungen können den Energiebedarf eines Gebäudes für Kühlung und Heizen senken.

Unsere Städte werden sich angesichts des drohenden Klimawandels verändern. Denn Energieverbrauch und CO₂-Emissionen müssen radikal sinken, Gebäude widerstandsfähig gegenüber den wetterbedingten Folgen des Klimawandels gemacht werden und gleichzeitig für das Wohlbefinden und den Schutz der Gesundheit ihrer Bewohner sorgen. Der Wille, zudem auf die Nutzung fossiler Energieträger in Produktionsprozessen und als Bestandteile von Rohstoffen zu verzichten, der durch den aktuellen Ukraine-Konflikt noch einmal befeuert wird, treibt den Forscher- und Entwicklergeist ganzer Branchen an.

» *Die Anforderungen an eine nachhaltige und lebenswerte Gestaltung unserer Städte bringen Ideen für neue Architektur- und Baukonzepte, Baumaterialien und neuartige Rohstoffe hervor.* ◀

Es ist spannend zu sehen, wie die Hersteller von Farben und Lacken auf diese Herausforderungen reagieren und dazu beitragen, den Energiehunger von Gebäuden zu senken, sie widerstandsfähig gegen veränderte klimatische Bedingungen zu machen und ihre eigenen Entwicklungs- und Produktionsprozesse neu zu gestalten: ressourcenschonend, energetisch sinnvoll und nachhaltig.

Spricht man mit Verantwortlichen für Nachhaltigkeitsstrategie in den Unternehmen wird schnell deutlich, wie komplex jedoch die miteinander verschränkten Anforderungen in Bezug auf Nachhaltigkeit sind: Denn sie stellen sich zeitlich auf verschiedenen Ebenen. Grob zusammengefasst geht es darum, Produkte zu entwickeln, die neue Funktionen übernehmen und damit aktiv einen Beitrag leisten, um Gebäude emissionsärmer und widerstandsfähiger gegenüber den Auswirkungen des Klimawandels zu gestalten. Gleichzeitig sollen diese Produkte über den gesamten Herstellungs-, Vertriebs- und Verarbeitungsprozess hinweg möglichst wenig Energie verbrauchen. Und bestenfalls bestehen sie zudem aus nachwachsenden Rohstoffen.

Neubau und Sanierung – Mammutaufgabe Gebäudesektor

Allein bei dem Blick auf den Gebäudesektor wird schnell klar, welche zukunftsgerichteten Leistungen Beschichtungssysteme hier erbringen können. Denn der Gebäudesektor gehört mit rund 40 Prozent zu den größten Emittenten von CO₂. Damit bietet sich ein immenses Potenzial zur Reduzierung von Emissionen und somit für den Klimaschutz. Schließlich soll der Gebäudebestand nach den Vorgaben der Klimaschutzziele in Deutschland bis 2050 klimaneutral sein. Intelligente Beschichtungen können den Energiebedarf eines Gebäudes für Kühlung und Heizen senken. Dazu tragen unter anderem innovative Konzepte für eine konsequente Begrünung von Fassaden und Hausdächern, Dämmsysteme aus erneuerbaren Rohstoffen oder infrarotreflektierende Beschichtungen für Fassaden und Dächer bei.

Mit möglichst wenigen Ressourcen möglichst dauerhaft bauen

Schon bei der Planung von Neubauten und der Auswahl der Baumaterialien ist Nachhaltigkeit ein entscheidendes Kriterium. Die Farben- und Lackindustrie hat schon vor vielen Jahren erkannt, dass sie mit ihren Produkten essenziell zur Nachhaltigkeit beim Bauen beitragen kann und ihre Produkte konsequent daraufhin ausgerichtet.

» *Der Einsatz ökologisch optimierter Baustoffe reduziert nicht nur die Umweltbelastung, sondern auch langfristige Risiken und Kosten.* ◀

Neben der ökologischen Transformation geht es um die sich ebenfalls verändernden Ansprüche und Bedürfnisse der Architekten, Investoren, Verarbeiter und der Bewohner der Häuser. Wohnen muss bezahlbar bleiben, und dabei spielen Energiekosten eine große Rolle. Für Investoren sind die Langlebigkeit der eingesetzten Materialien sowie die ressourcenschonenden Eigenschaften und Bauteile ebenfalls ein Aspekt in Bezug auf die langfristige Wertentwicklung einer Immobilie.

NACHHALTIGKEIT



Nachhaltige Trends mit nachwachsenden Rohstoffen: Bauen mit Holz und der Einsatz von Holzölen und Lasuren auf der Basis von Leindotter oder Kiefernöl.



Foto: PERI GmbH

Historisch gewachsenes Bewusstsein für Nachhaltigkeit

Neben all diesen innovativen Ansätzen zu mehr Nachhaltigkeit hat die Lack- und Farbenindustrie schon immer einen großen Beitrag dazu geleistet, und zwar lange bevor dieser Begriff Einzug in unsere Alltagssprache gehalten hat. Ihre Produkte schützen seit Jahrzehnten, im Bereich des Denkmalschutzes auch seit Jahrhunderten, Bauwerke und Waren des täglichen Lebens vor schädlichen Umwelteinflüssen und verlängern so deren Lebensdauer. Zudem wurden die Produkte immer wieder an die jeweiligen Erfordernisse in Bezug auf Umweltschutz und Nachhaltigkeit angepasst.

Doch der Klimawandel stellt in diesen Zeiten eine zusätzliche Herausforderung dar und befördert eine nachhaltige Transformation des gesamten Bauwesens und unserer Städte mit neuen architektonischen Konzepten und Baumaterialien, an deren Entwicklung die Farben- und Lackindustrie hierzulande in einem hohen Maß beteiligt ist.

Abkoppelung von fossilen Rohstoffen

Galten Hersteller von Naturfarben und Dämmmaterialien beispielsweise aus Schafswolle, Schilfgras oder Lehm in den 1980er Jahren noch als Außenseiter in der Branche, so beschäftigen sich heute nahezu alle Farben- und Lackhersteller mit dem Einsatz nachwachsender Rohstoffe für ihre Produkte.

➤ **Damit ein Produkt jedoch tatsächlich als nachhaltig gelten kann, müssen neben der bloßen Tatsache der Verwendung nachhaltiger Rohstoffe weitere wichtige Kriterien erfüllt sein.** ◀

So dürfen sie nicht in Konkurrenz zur Produktion von Nahrungsmitteln stehen und sollten kein Ethanol oder Palmöl enthalten. Kinderarbeit ist ohnehin tabu, und lange Transportwege kommen ebenfalls nicht in Frage.

Dr. Eike Messow, Leiter Nachhaltigkeit der STO SE & Co. KGaA, bringt es in einem Interview auf der Website seines Unternehmens auf den Punkt: Es geht darum, „die Bedürfnisse der Menschen so zu erfüllen, dass unsere natürlichen Ressourcen nicht zerstört und soziale Konflikte vermieden werden“. Und so rücken nachwachsende Rohstoffe, beispielsweise aus Kiefernrinde, Leindotter, Hanf oder Kartoffelschalen, in den Fokus der Forschungsabteilungen. Kiefernrinde ist beispielsweise ein Abfallprodukt der Holzindustrie und massenhaft vorhanden.

Aus ihr gewinnt STO ein Öl, dessen Eigenschaften mit Bindemitteln auf Erdölbasis vergleichbar sind. Wie man sich eine konsequente Ausrichtung auf Nachhaltigkeitskriterien bei der Entwicklung ökologisch optimierter Beschichtungen vorstellen muss, erläutert Maic Auschrat, Leiter des Key Account Managements der Caparol Farben Lacke Bautenschutz GmbH. „Zunächst stellte sich die Frage, wie viel CO₂ das Produkt auslöst, wie viel ‚Graue Energie‘, also Gas oder Öl, für Herstellung, Transport, Lagerung, Verkauf und Entsorgung benötigt werden. Wir setzen bereits bei der Produktion an und verwenden anstelle fossiler Rohstoffe Biogas und biobasiertes Naphtha, um den CO₂ Abdruck zu verringern.“ Biobasiertes Naphtha ist einer von mehreren vielversprechenden Rohstoffen, mit denen die gesamte chemische Industrie zukünftig von Öl und Gas entkoppelt werden könnte, nicht nur angesichts der gegenwärtig gewaltigen Preissteigerungen für diese Rohstoffe eine spannende Zukunftsperspektive.

Produkte nachhaltiger und klüger machen

„Bei der Entwicklung nachhaltiger Beschichtungen geht es in einem zweiten Schritt darum, Produkte ‚klüger‘ zu machen“, führt Auschrat aus. „Das heißt: Wie können wir Produkte so konzipieren, dass sie weniger Energie verbrauchen und trotzdem ihre Funktion erfüllen. Bei der Wärmedämmung ist es beispielsweise gelungen, Produkte aus Mineralwolle oder auch EPS-Systeme in einer Light-Version herzustellen. Sie haben eine geringere Rohdichte, aber dennoch die gleichen Dämmleistung. So können wir den CO₂-Fußabdruck in der Herstellung deutlich verringern. Und drittens geht es darum, die Grundstoffe für Beschichtungen und Dämmungen, beispielsweise für Bindemittel, aus nachwachsenden Rohstoffen herzustellen.“

➤ **Viele Unternehmen arbeiten daran, erdölbasierte Rohstoffe durch nachwachsende zu ersetzen.** ◀

Wie das gelingen kann, beschreibt Auschrat anhand des Leindotters. „Leindotter ist eine alte hierzulande heimische Kulturpflanze. Er kann zusammen mit anderen Kulturpflanzen angebaut werden, ohne dass Ernteeinbußen entstehen oder zusätzliches Ackerland notwendig ist. Zudem besitzt er die Fähigkeit, Unkraut zu unterdrücken und dient als so genannte Kavalierspflanze beispielsweise Erbsen als Rankhilfe, was diese deutlich unempfindlicher gegenüber Wind und Starkregen macht.“ Von Erbsen-Leindotter-Mischfeldern kann das Ökosystem zusätzlich profitieren, da die gefährdeten Bienen und Insekten hier Nahrung finden. „Das aus dem Leindotter gewonnene Öl verwenden wir zur Verfeinerung von Lasuren und Holzölen“, so Auschrat. „Derzeit befindet sich die Leindotter-Wertschöpfungskette noch im Aufbau. Es werden noch deutlich größere Mengen an Leindotter benötigt, um diese Innovation auf weitere Produkte und Märkte auszudehnen.“

Zudem arbeitet das Unternehmen unter anderem an einem neuen Verfahren, um ein Bindemittel aus Kartoffelschalen zu gewinnen. „Sie fallen bei der Herstellung von Lebensmitteln ohnehin an und stellen für uns einen kostbaren, nachwachsenden Rohstoff dar. Außerdem verwenden wir als Dämmstoff auch Hanf – ebenfalls ein nachwachsender Rohstoff, der CO₂ bindet und darüber hinaus kompostierbar ist. Und für unsere Verpackungen verwenden wir Recyclate.“

Anpassung an neue Baukonzepte

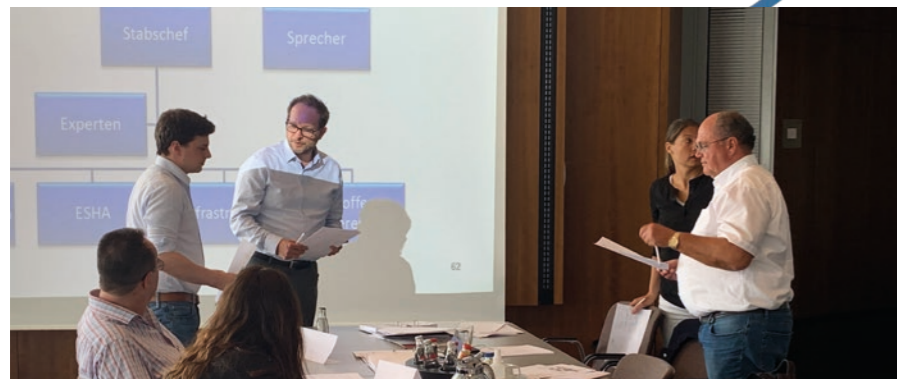
Im Zuge der Nachhaltigkeit wird zunehmend auf neue architektonische Konzepte gesetzt.

➤ **Das Bauen mit Holz oder Lehm und die Begrünung von Hausfassaden liegen stark im Trend und es gibt erste Häuser aus dem 3D-Drucker.** ◀

„Diese Entwicklungen stellen auch neue Herausforderungen an Beschichtungen und Dämmsysteme“, weiß Auschrat. „Mittlerweile ist es möglich, auf unseren EPS-Dämmsystemen Rankhilfen zu befestigen, um Hausfassaden zu begrünen. Außerdem kooperieren wir mit einem Start-up zum Thema Moosfassaden. Denn Moose binden CO₂ in großen Mengen. Hier suchen wir gemeinsam nach neuen Wegen für ökologische Hausfassaden, vor allem im urbanen Bereich.“ Die Produktentwicklung und -herstellung werde sich in den kommenden Jahren vor dem Hintergrund der Anforderungen an Energieeffizienz, Rohstoffe und Nachhaltigkeit weiter verändern. „Wir stellen uns mit optimierten Rezepturen und Produktionsprozessen im Beschichtungs- und Dämmbereich diesen Herausforderungen“, erklärt Auschrat. „Hier setzen wir neben intensiver eigener Forschung auch auf strategische Partnerschaften, um Entwicklungen gezielt voranzutreiben.“

Vorbereitet auf den Ernstfall

Egal ob Betriebsunfall, Cyberattacke oder Shitstorm: Auf viele Krisenfälle kann man sich vorbereiten. Wie das gelingt, und warum „Schmerz jetzt“ einer der wichtigsten Sätze der Krisenkommunikation ist, lernten Mitarbeiter zahlreicher Mitgliedsunternehmen der Lack- und Druckfarbenindustrie im Praxis-Seminar „Krisenmanagement“ Anfang Juni in Frankfurt.



Der Lkw liegt umgekippt im Autobahngraben, das Firmenlogo ist weithin sichtbar. Die chemischen Stoffe sind bereits in den vorbeifließenden Bach ausgetreten. Jetzt klingeln die Telefone im Krisenstab: Der Bürgermeister will sofort Informationen. Spaziergänger sorgen sich um Gift im Naturschutzgebiet, die Feuerwehr braucht Sicherheitsdaten, Zeitungen und Onlinemedien twittern, mailen und berichten Halbwahrheiten. Und jetzt tobt auch noch der Firmenchef auf Geschäftsreise am Telefon. „Das ist Stress pur hier, und es fällt schwer, den Überblick zu behalten“, sagt ein Teilnehmer, der gerade versucht, als Pressesprecher das Chaos bei der Krisenstabsübung zu ordnen und verlässliche Inhalte aus dem Krisenstab zu geben.

Das Rüstzeug haben die Teilnehmer in den beiden Seminartagen erhalten: Die große Krisenstabsübung ist Abschluss des „Seminars Krisenmanagement“ beim VdL in Frankfurt. Kommunikator Hans-Georg Klose hat als Experte den VdL-Workshop organisiert. Seit 2018 stehen diese Übungen einmal im Jahr auf dem Programm, für Verbandsmitglieder sind sie kostenlos. Nach einem virtuellen Jahr konnte man sich, im Umfang beschränkt, wieder vor Ort treffen: Diesmal haben 14 Teilnehmer den Weg nach Frankfurt gefunden. Ihr Hintergrund ist ganz unterschiedlich: Sicherheitsbeauftragte, Marketingfachleute, Personaler, Manager und ein Jurist – sie alle eint die Erkenntnis, dass das eigene Unternehmen Sicherheit stärken oder bereits aufgestellte Strukturen überprüfen will. In dem zweitägigen Seminar standen neben dem Erarbeiten von Strukturen und Aufgaben einer erfolgreichen Kommunikation im Ernstfall, auch praktische Tipps im Umgang mit der Presse auf dem Programm. „Schmerz jetzt!“, lautet meine Empfehlung, wenn es um authentische, vertrauensvolle Kommunikation in einer Krise geht. „Auch Fehler müssen eingestanden und bearbeitet werden“, erläutert Klose. Das gelte umso mehr in diesen schnellen, digitalen Zeiten.

Kommunikation ist entscheidend

Fühlten sich die Teilnehmer am ersten Workshop-Tag während der Krisenstabsübung noch zeitweise ratlos, so lief es am zweiten Tag deutlich strukturierter. „Diese Übungen waren die Highlights. Obwohl es ‚nur‘ um einen Verkehrsunfall ging, ist es im Ernstfall unter Zeitdruck gar nicht so einfach, Kernbotschaften zu entwickeln, Aufgaben zu visualisieren und Tipps anzuwenden“, stellte eine Teilnehmerin fest. Nach dem abschließenden Pressetraining waren sich aber alle einig: Krisenmanagement ist lernbar, und wie so oft gilt, eine gute Vorbereitung ist das A und O.

Neben den Übungen zeigten auch vielen Praxisbeispiele und Erfahrungsberichte, dass gerade in Krisensituationen eine professionelle Kommunikation wichtig ist und erhebliche Auswirkungen auf die zukünftige Wahrnehmung eines Unternehmens haben kann. „Im Ernstfall ist es zu spät, auf die Krise muss man sich professionell vorbereiten“, gibt Klose den Teilnehmern mit auf den Weg.

AS

Hintergrund

Der VdL veranstaltet einmal im Jahr ein solches Krisentraining. Ziel des Seminars ist, den Mitgliedsunternehmen die Möglichkeit zu geben, gut vorbereitet auf denkbare Krisen reagieren zu können und den Schaden für das Unternehmen zu minimieren. Im für Mitglieder kostenlosen Programm ist auch das VdL-Krisenhandbuch für die Lackindustrie enthalten. Checklisten, Übersichten, und branchentypische Übungsfälle sollen im Ernstfall helfen. Bei Interesse am Krisenhandbuch, können Sie sich gerne an die VdL-Geschäftsstelle wenden.

#LEBEFARBE

Kreativität – neu strukturiert

#LebeFarbe heißt unsere Kreativ-Kampagne, mit der wir mehr Lust auf Farbe und Gestaltung machen wollen. Nun ist die Website umgebaut und noch übersichtlicher. Neben vielen bunten Geschichten über Wirkung und Funktion von Farben erklären wir nun auch, wo die einzelnen Farbtöne herkommen, wie sich ihre mitunter wundersamen Namen herleiten und wie die Mischungen entstehen. Der beliebte Bereich Wohnen – also vor allem das farbige und geschmackvolle Gestalten im Innenbereich – hat nun eine eigene, übersichtliche Rubrik. Und schließlich finden Sie die Mitmach-Rubrik „DIY“, aus der wir diesen Artikel entnommen haben. Alle Farben auf einen Blick und los geht's mit der Kreativität auf www.lebe-farbe.de.

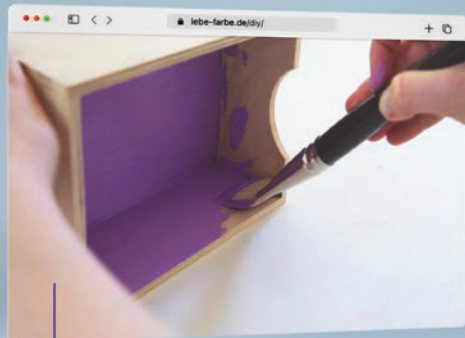
#LebeFarbe DIY:

Ein buntes Spielzeugregal selbst bauen

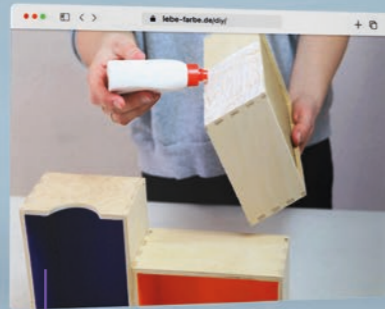
Bücher, Spielzeugautos oder Holzfiguren – die Lieblingsteile der Kleinen kommen in dem farbenfrohen DIY-Spielzeugregal perfekt zur Geltung. Wir zeigen, wie man schnell ein kindgerechtes Regal baut und es nach den eigenen Wünschen bemalt. Das Ergebnis: ein echtes Highlight für das Kinderzimmer, das man mit unserer Anleitung ohne Probleme selbst bauen kann.

Alles, was man dazu braucht:

- Mini-Kommode aus Holz mit Schubladen
- Acrylfarben nach Farbwünschen
- Breite und feine Pinsel
- Holzleim
- Schleifpapier



Schritt 1:
Schubladen bemalen



Schritt 2:
Schubladen
anordnen und kleben



fertig!



Die detaillierte Bauanleitung und viele weitere kreative Ideen zum Ausprobieren und Gestalten finden Sie hier:
www.lebe-farbe.de/diy

AB

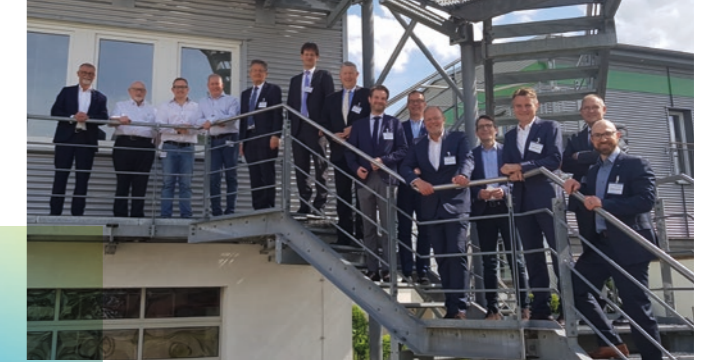
REGIONALES

Bayern

Treffen bei WEILBURGER Graphics

Nach fast zweieinhalb Jahren coronabedingter Online-Formate konnte die Frühjahrssitzung der VdL-Bezirksgruppe Bayern dieses Jahr endlich wieder in Präsenz stattfinden. Das persönliche Treffen der Mitglieder fand auf Einladung der WEILBURGER Graphics GmbH in Gerhardshofen statt, wo die Bezirksgruppe spannende Einblicke in das Unternehmen und die dortige Lackproduktion erhielt.

Mit einem praxisorientierten Impulsvortrag von Tilo Rosenberger vom Chemiapark in Gendorf, konnten sich die Mitglieder über Erfahrungen bei der Ansprache potenzieller Mitarbeiter und Azubis über die sozialen Medien austauschen. Das Thema wird für Unternehmen immer wichtiger. Denn sowohl die Ansprache als auch die Ansprüche von Nachwuchskräften haben sich sehr verändert. Hier gilt es, neue Wege zu finden, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren und die Talente von morgen mit einer positiven Arbeitgebermarke zu gewinnen.



Natürlich war auch der Krieg in der Ukraine Thema in der Bezirksgruppe. Das hervorgerufene Leid macht alle immer noch sprachlos – und die Hilfe für die Menschen vor Ort steht auch für die Farbenindustrie an oberster Stelle. Gleichwohl werden auch die wirtschaftlichen Verwerfungen mit großer Sorge gesehen.

Dabei stehen Unternehmen vor ganz unterschiedlichen Herausforderungen: Vom Wegfall von Absatzmärkten, die Lage von Standorten vor Ort, ein komplexes Sanktionsregime bis hin zur Lieferkettensituation mit Blick auf Rohstoffe und Energiepreise und nicht zuletzt auch die immer noch spürbaren Auswirkungen der Corona-Pandemie. Umso wichtiger war dabei ein Blick auf die aktuellen Wirtschaftsdaten der Branche und deren mögliche Entwicklung.

RA



NRW

Aktueller denn je: Schwerpunkt Energieeffizienz

Der Ukraine-Krieg hat nochmals verdeutlicht, wie wesentlich der effiziente Einsatz von (zunehmend „grüner“) Energie ist. VdL-Unternehmen optimieren seit Langem ihren Energieverbrauch. Dennoch werden die nächsten Jahre gekennzeichnet sein durch eine noch größere Dynamik. Treiber sind weiter der Klimaschutz und seit dem russischen Überfall auf die Ukraine auch sicherheitspolitische Interessen und die Aufrechterhaltung der Versorgungssicherheit. Bei der VdL NRW PraxisWerkstatt am 26. April 2022 stand genau dieser Themenkomplex im Mittelpunkt. Rund 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhielten einen Überblick zu anstehenden Änderungen des Rechtsrahmens und Fördermöglichkeiten auf Landes-

Baden Württemberg

Kontinuität, Wechsel und Trauer

Ab Mitte des Jahres wird die Geschäftsstelle des VCI Baden-Württemberg von **Prof. Dr. Winfried Golla** geführt. Der neue Hauptgeschäftsführer ist seit vielen Jahren für die Bezirksgruppe der Farbenindustrie aktiv.

Golla folgt auf Thomas Mayer, der nach langer Krankheit im Mai verstorben war. Thomas Alpers (Zeller+Gmelin) und Jürgen Lochner (Sika Deutschland) wurden auf der Mitgliederversammlung als stellvertretende Vorsitzende bestätigt.

AF



und Bundesebene. Das Energieberatungsunternehmen WiRo Energie&Konnex Consulting GmbH aus Aachen lieferte den entsprechenden Impuls. Einen Blick aus der Praxis gab es von der Peter Lacke GmbH, die ihre Herangehensweise an eigene Effizienzmaßnahmen vorstellte. Im September startet dann das VCI NRW Energieeffizienz- und Klimaschutznetzwerk mit Unternehmen aus der Farb-, Lack- und Klebstoffindustrie in eine neue zweijährige Runde. Eine erste erfolgreiche Runde von sieben Firmen aus NRW ging mit dem letzten Netzwerktreffen im Mai zu Ende. Ein Mitwirken bei der Neuauflage ist noch möglich. **Für Rückfragen wenden Sie sich gerne kurzfristig an hinterlang@nrw.vci.de.**

ZUM SCHLUSS ...

Beständigkeit

Neben dem ästhetischen Anspruch sollen Farben und Lacke vor allem eines erreichen: Die Dinge schützen, sie und die Werkstoffe also widerstandsfähig gegen beeinträchtigende Einwirkungen von außen und somit haltbarer machen.

Im übertragenen Sinne spektakulär gelungen ist das der Lackfabrik Jansen. Genau ein Jahr ist es her, dass die Hochwasserflut der Ahr den Farbenhersteller und sein Produktionsgelände in Bad Neuenahr-Ahrweiler schwer beschädigt, fast zerstört hatte. Eine Welle der Hilfsbereitschaft, der regionalen und emotionalen Verbundenheit, vor allem aber der Durchhaltewillen seiner Belegschaft haben das Unternehmen bestehen und den Neuanfang wagen lassen.

Zwölf Monate nach der Katastrophe kommt der wichtige Schritt: Mit dem vor 100 Jahren erstmals produzierten Ahrweilit® Spachtel tritt Jansen auch diesmal wieder in die eigene Produktion am Standort ein. Ein starkes und emotionales Signal für Beständigkeit!



IMPRESSUM

Herausgeber:

Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie e.V.
Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main
Telefon: (069) 2556 1411
www.WirSindFarbe.de

Redaktion: Alexander Schneider (verantw.), Anne Bayer
Fotos: iStockphoto, freepik, Stocksy, VdL, VCI, Uli Deck
Gestaltung: ArtemisConcept GmbH
Druck: Schmidt Printmedien GmbH, Printed in Germany