

Hæder for affaldshåndt

– i oktober 2007 modtog Schultz Grafisk en EMAS hædersbevisning. Den første nogensinde til en grafisk virksomhed i Danmark og i hele EU.



Sæt fokus på affaldet. Start med at undersøge hvor meget af det papir, der benyttes til trykpgaven, der havner hos kunden, anbefaler Flemming Skovlund.

EMAS er EUs ordning for officielt anerkendt miljøledelse. Det står for: Eco Management and Audit Scheme. For at blive EMAS registreres skal virksomheden indføre miljøledelse og udarbejde en offentlig tilgængelig miljøredegørelse. Uden en ISO 14001 certificering kan man ikke opnå en EMAS registrering.

Der uddeles hvert år fire EMAS priser, en til små virksomheder, en til mindre, en til mellemstore og en til store. I 2007, hvor priserne blev uddelt i Lissabon modtog Grundfos prisen blandt de store virksomheder, og Schultz Grafisk modtog en statuette som hædersbevisning for deltagelsen.

Ganske flot – og noget vi i Danmark kan være stolte af. Det er nemlig første gang overhovedet at Danmark modtager en pris. Stort tillykke til både Grundfos og Schultz Grafisk, som er blandt de ca. 250 EMAS-re-

gistrerede virksomheder i Danmark.

I år var EMAS konkurrencetemaet "Affaldshåndtering – reduktion af affaldsmængden produceret af EMAS registrerede organisationer". Det var Miljøstyrelsen, der besluttede, at det var Grundfos og Schultz Grafisk, der, blandt de mange henvendelser om deltagelse, skulle repræsentere Danmark.

De er glade og stolte hos Schultz Grafisk for hædersbevisningen, som de anser for en anerkendelse af deres arbejde med miljøledelse gennem 10 år. De er foregangs-mænd inden for miljøarbejde i virksomheden, og bruges da også ofte som sparringpartnere af både Miljøstyrelsen og Miljøministeriet, når der fx er spørgsmål af rent praktisk art.

10 års fokus på miljø
Tilbage i 1997 blev virksomheden

ISO 14001 certificeret, i 1998 fik de licens til Svanemærket, og i 2002 blev de nordens første arktrykker, der fik FCS- certifikatet. I 2004 blev de EMAS-certificeret og sidste år blev hele trykkeriet Svanemærke-certificeret.

Der er fokus på miljøet i hele virksomheden

Det er blevet en del af virksomhedskulturen. Ansvar for arbejdet ligger hos Flemming Skovlund, der er kvalitets- og projektchef. Han er igangsætter og tovholder, men det er hele teamet, der står bag, pointerer han.

... **det ses på bundlinien**
Flemming Skovlund fortæller, at deres forskellige aktiviteter der har fokus på makulatur og affaldshåndtering ses på bundlinien med et resultat på 3.8 millioner kroner – hvert år.

ering til Schultz Grafisk



Salgschef Gitte Brask Astrup fortæller at kunderne taler meget om miljø og stille mange krav, men de vil helst ikke betale for det.

– "Omkring 34% af det indkøbte papir skrottes. Derfor er det indlysende, at det også for mindre virksomheder kan betale sig at have fokus på området. En kortlægning af hvor makulatur opstår og registrering af data for mængder af makulatur opdelt på trykkeri og bogbinderi, er gode steder at starte. Lige som der bør være fokus på formatberegning. Det er for dyrt at bruge papir i overstørrelse, hvis det ikke er nødvendigt. Og så skal man også huske, at fortælle sælgerne, at det er en dårlig ide over for miljøet, at lave 10% overproduktion. Det er rent spild, hvis kunden ikke har brug for det," siger Flemming Skovlund.

En nødvendig indsats

At arbejde med miljøledelse er meget holdningsorienteret. Der skal gøres op med mange indarbejdede vaner gennem hele virksomheden.

Det er ikke bare i trykkeriet og bogbinderiet, men også i salgsledet og i administrationen. Og det skader ikke at have ressourcer til at have en tovholder til at løbe sådan et projekt i gang. Hos Schultz Grafisk bruger Flemming Skovlund sammenlagt omkring 2-3 måneder om året på miljøarbejdet, men det er inklusiv diverse indberetninger, der i forvejen skal foretages til myndighederne.

– "For os der har så mange offentlige kunder, er det ganske enkelt et "must" at være certificerede inden for diverse miljøtiltag, som Svane-mærket, ISO 14001 og EMAS. Og også andre kunder stiller større og større krav til miljøcertificeringer," siger salgschef Gitte Brask Astrup, som fortsætter med at fortælle, at der i hele salgsleddet mærkes et øget kundefokus på miljø.

– "Kunderne taler meget om miljø, og de vil gerne stille krav til leve-

randørerne, men de er nu stadig ikke så villige til at ville betale for det," slutter salgschefen.

Da den grafiske branche generelt er hårdt presset på indtjeningen, er der god fornuft i at sætte fokus på miljø, og dermed affaldshåndtering. Det er en klar mulighed for at øge indtjeningen uden de store investeringer. Og Flemming Skovlund slutter med et godt råd til alle i den grafiske branche, der både vil tænke på vores miljø og på virksomhedens bundlinie: – "Prøv at måle hvor meget af det papir, der puttes ind i maskinerne, der egentlig havner hos kunderne. De fleste vil blive overrasket, det gjorde vi også, da vi i sin tid satte projektet i gang," siger Flemming Skovlund.