**„Moving ideas for sustainability”: Wie Blum nachhaltige Ideen umsetzt, die etwas bewegen**

**Von der Kreislaufwirtschaft bis zur Förderung der Biodiversität**

Höchst, Österreich, 6. Dezember 2023. **Nachhaltigkeit und langfristiges Denken sind zentrale Werte der Julius Blum GmbH, einem der Weltmarktführer im Bereich Möbelbeschläge. Das österreichische Familienunternehmen, das bereits seit 1997 ISO 14001 umweltzertifiziert ist, hat gemäß seinem Nachhaltigkeitsmotto „moving ideas for sustainability“ zahlreiche Initiativen auf den Weg gebracht, die im Unternehmen selbst und auch darüber hinaus zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Eine davon ist die Teilnahme am Projekt „Vision 2045” im Zuge der UN-Klimakonferenz**.

Der Vorarlberger Beschlägehersteller misst dem Thema Nachhaltigkeit große Bedeutung bei und setzt dabei in Einklang mit den 17 Zielen für eine nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen Schwerpunkte in den Bereichen Klimaschutz, Infrastruktur, Ressourcenverbrauch und Arbeitsumgebung. Im Rahmen der UN-Klimakonferenz, die zwischen dem 30. November und 12. Dezember stattfindet, und dem Projekt „Vision 2045“ ist ein Video über die Nachhaltigkeitsbestrebungen des Unternehmens entstanden. Die Dokumentationsreihe „Vision 2045“ zeigt, welche Wege Unternehmen weltweit einschlagen, um die Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung zu erreichen. „Wir nehmen unsere Verantwortung als Industriebetrieb wahr, wo wir können“, erklärt Eigentümer und CEO Philipp Blum. Er verweist auf konkrete Maßnahmen, die die Entwicklung des Unternehmens in Richtung Nachhaltigkeit systematisch vorantreiben.

**Abwärme nutzen, Biodiversität fördern**   
Nachhaltig zeigt sich Blum in dieser Dokumentation zum Beispiel bei der Energieversorgung:   
95 % aller Lüftungsanlagen sind mit Wärmerückgewinnungssystemen ausgestattet, sodass im Frühjahr und Herbst die Gebäude der österreichischen Werke ausschließlich mit der Abwärme aus den Produktionsprozessen beheizt werden. Dazu kommt der Einsatz von Fernwärme, Grundwasserkühlung oder Photovoltaik-Anlagen in den eigenen Gebäuden, die zu einem großen Teil in mehrgeschossiger, verdichteter Bauweise entstanden sind, um dem Flächenverbrauch entgegenzuwirken. Der Flächennutzungsgrad konnte in den letzten 40 Jahren um 35 % erhöht werden. Auf diese Weise schafft man etwa auf einer Fläche von knapp 14.000 m2 bebautem Grund eine Nutzfläche von 50.000 m2. Das entspricht einer Größe von fünf Fußballfeldern, die als naturnahe Flächen erhalten bleiben. Begrünte Dachflächen wie etwa im größten Vorarlberger Werk in Bregenz sind seit mehr als 20 Jahren fixe Bestandteile der Blum-Infrastruktur. Sie helfen, die Biodiversität zu bewahren, dienen als Retentionsfläche für Regenwasser, binden CO2 und sorgen so für eine verbesserte Luftqualität. Auch an vielen anderen Standorten in Vorarlberg werden derzeit ähnliche Maßnahmen umgesetzt, die von Biotopen bis zur Fassadenbegrünung reichen.

**Kreislaufwirtschaft und Bahntransporte**   
„Unsere im Produktionsprozess anfallenden Zinkreste führen wir direkt an der Anlage zurück oder verarbeiten sie im hauseigenen Umschmelzofen zu neuem Ausgangsmaterial”, erläutert Laura Erhart, die Expertin für Kreislaufwirtschaft bei Blum. Was intern nicht recycelt werden kann, führt Blum über einen externen Partner wieder dem Stoffkreislauf zu. „Das“, so Laura Erhart, „erhöht die Ressourceneffizienz und verringert negative Auswirkungen auf die Umwelt." Auch in der Logistik versucht Blum, seinen ökologischen Fußabdruck so klein wie möglich zu halten: Das Unternehmen hat bereits seit 2009 einen eigenen Gleisanschluss, der es ermöglicht, rund 35 % des Liefervolumens klimaschonend per Bahn zu transportieren. Darüber hinaus wird mittlerweile fast die komplette unternehmenseigene LKW-Flotte mit Biogas betrieben, das aus Lebensmittelabfällen in der Region gewonnen wird.

**Mobilitätskonzept für umweltfreundliche Anreise**   
Nicht zuletzt geht es Blum auch darum, das Nachhaltigkeitsbewusstsein der eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schärfen. In diesem Zusammenhang setzt das Traditionsunternehmen eine Vielzahl „bewegender“ Ideen in die Tat um: beispielsweise das unternehmenseigene Mobilitätskonzept. Dabei übernimmt das Familienunternehmen unter anderem die Kosten der Jahresfahrkarten für den öffentlichen Nahverkehr. „So fördern wir nachhaltige Mobilität nicht nur auf dem Arbeitsweg, denn das Ticket gilt auch in der Freizeit”, erläutert Katharina Schön, Mobilitätsexpertin bei Blum. Daneben fördert Blum die Neuanschaffung von Fahrrädern und als zusätzliche Motivation können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die nachhaltig zur Arbeit anreisen, im Rahmen eines Belohnungssystems sogenannte „Ökopunkte“ sammeln. Vor der Einführung des Mobilitätskonzeptes 2021 kamen   
38 % der Mitarbeitenden bei Blum Österreich nachhaltig zur Arbeit, mittlerweile sind es im Durchschnitt 46 %.

Wie diese Beispiele zeigen, ist sich Blum als international agierendes Unternehmen in der Möbelbranche seiner Vorbildrolle durchaus bewusst und investiert in die nachhaltige Entwicklung. Gleichzeitig weiß man bei Blum aber auch, dass das Ende des Weges noch lange nicht erreicht ist. Denn dazu bedarf es der Anstrengungen aller – im Unternehmen und in der gesamten Branche. Es benötigt die grundlegende Bereitschaft, etwas zu verändern, ein gesundes Maß an Hartnäckigkeit, aber auch Flexibilität, Beweglichkeit und Kreativität – eben „moving ideas for sustainability“. Oder, wie es Philipp Blum formuliert: „Es braucht alle, um die Dinge voranzutreiben. Jede Einzelne und jeden Einzelnen von uns. Denn Nachhaltigkeit betrifft uns alle.”

|  |  |
| --- | --- |
|  | (Bild: Blum\_Philipp\_Blum)  Für Blum-Geschäftsführer Philipp Blum braucht es alle, um das Thema Nachhaltigkeit voranzutreiben |
| Ein Bild, das Kleidung, Person, Menschliches Gesicht, Wand enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | (Bild: Blum\_Laura\_Erhart)  Blum verfolgt einen Multi-Recyclingansatz, um Wertstoffkreisläufe zu schließen |
| Ein Bild, das Person, Kleidung, Menschliches Gesicht, Lächeln enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | (Bild: Blum\_Katharina\_Schoen)  Mit einem unternehmenseigenen Mobilitätskonzept fördert der österreichische Beschlägehersteller die umweltfreundliche Anreise der Mitarbeitenden |
| Ein Bild, das draußen, Himmel, Gras, Pflanze enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | (Bild: Blum\_Werk8\_Dornbirn)  Der österreichische Beschlägehersteller Blum nimmt am Projekt „Vision 2045“ im Rahmen der UN-Klimakonferenz teil |
|  |  |
|  |  |
| Ein Bild, das Himmel, draußen, Wolke, Gelände enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | (Bild: Blum\_Gleisanschluss\_Werk7)  Mit einem eigenen Gleisanschluss transportiert Blum 35 % des Liefervolumens per Bahn |
| **Link zum Beitrag von Blum zur „Vision 2045”:** [**https://vision2045.com/moving-ideas-for-sustainability/**](https://vision2045.com/moving-ideas-for-sustainability/) |  |

Y:\Depts\MCC\Presse\_Arbeitsordner stba\_SoMe-Bilder\favicon_32.png [www.blum.com](http://www.blum.com) [www.youtube.com/user/JuliusBlumGmbH](http://www.youtube.com/user/JuliusBlumGmbH)LinkedIn [www.linkedin.com/company/julius-blum-gmbh](https://www.linkedin.com/company/julius-blum-gmbh) [www.instagram.com/blum\_group](http://www.instagram.com/blum_group)

**Ihr Kontakt für Rückfragen:**  
Samuel Duerr: T +43 5578 705-8106, E [presseinfo@blum.com](mailto:presseinfo@blum.com)

Julius Blum GmbH  
Industriestr. 1  
6973 Höchst/Austria

**Weitere Pressemeldungen und digitale Pressemappen** unter[www.blum.com/presse/](https://www.blum.com/at/de/unternehmen/presse/)

**Bilder:** Zur Veröffentlichung honorarfrei, bitte Bildquelle angeben

|  |
| --- |
| **JULIUS BLUM GMBH**  **Herstellung und Vertrieb von Möbelbeschlägen:**  Klappen-, Scharnier-, Auszug-, Pocketsystemeund Bewegungstechnologien, unterstützt durch Verarbeitungshilfen und E-Services  **Produktionsstandorte:** 8 Werke in Vorarlberg**,** weitere in USA, Brasilien, Polen und China  **Mitarbeitende:** weltweit 9 300, in Vorarlberg 6 800  **Umsatz im Wirtschaftsjahr 2022/2023:** 2.324,59 Mio. Euro  **Auslandsumsatz:** 97 %  **Tochtergesellschaften bzw. Repräsentanzen:** 32  **weltweit belieferte Märkte:** über 120  *Stand: 1. Juli 2023* |