



„Nahversorger“ für Baumaterialien: Im Steinbruch Unterklie gewinnt Rhomberg unter anderem Rohstoffe für neuen Wohnraum im Ländle.

## Was ist eigentlich regional?

Was bedeutet Regionalität und was hat ein Steinbruch damit zu tun?

**BREGENZ** „Die Regionalität eines Produktes ist für viele Konsumenten mittlerweile ein zentraler Faktor bei ihren Kaufentscheidungen“, weiß DI Hubert Rhomberg, CEO der Rhomberg Gruppe. Aber was genau bedeutet „regional“ eigentlich? Und was hat ein Steinbruch damit zu tun? „Das Gute liegt so nah“, an dieser Weisheit orientieren sich immer mehr Österreicher.

### Kurze Transportwege

Laut einer Umfrage von Statistik Austria legen 80 Prozent von ihnen großen Wert auf die regionale Herkunft ihres Einkaufs. Viele aus Rücksicht auf das Klima und die Umwelt: Nur tatsächlich regionale Produkte gewährleisten einen geringeren Transportaufwand, wenig CO<sub>2</sub>-Emissionen und garantieren, dass die Wertschöpfung innerhalb der Region erhalten bleibt. Aber, was heißt „regional“ eigentlich?

Vor allem in einer Grenzregion wie dem Rheintal ist diese Frage für viele nicht so einfach zu beantworten. Ist der Speck aus Tirol regional, der



„Regionalität ist längst zentraler Faktor bei Kaufentscheidungen geworden.“

DI Hubert Rhomberg  
CEO Rhomberg Gruppe

Apfel vom deutschen Bodenseeufer aber nicht? Das Bregenzer Traditionsunternehmen Rhomberg hat für sich eine klare Regelung gefunden: „Regional heißt: so nah wie mög-

lich. Der Weg vom Produkt zum Käufer muss kurz gehalten werden“, erklärt Rupert Grienberger, als Geschäftsführer der Rhomberg Bau GmbH auch für Ressourcen und damit für die Materialbeschaffung der Bauvorhaben zuständig. Und die belastet die Umweltbilanz jedes Einzelnen erheblich: Rund 60 Prozent aller Transportbewegungen gehen auf das Konto von Bauunternehmen. Das sorgt für jede Menge CO<sub>2</sub>-Ausstoß.

### Effizient organisiert

Umso wichtiger ist es, frachtintensive Materialien wie etwa Steine möglichst direkt vor Ort gewinnen zu können. So wie die Rhomberg Gruppe. „Dank unseres Ressourcen-Centers und des Steinbruchs Unterklie haben wir die kürzesten Transportwege in ganz Österreich“, erklärt Grienberger. Etwa 60 Prozent des Materials aus Unterklie

bleiben im Bezirk Dornbirn, die restlichen 40 Prozent gehen in die direkte Nachbarschaft: rund 20 Prozent nach Bregenz, weitere rund



„Kürzeste Transportwege dank Ressourcen-Center und Steinbruch Unterklie.“

Rupert Grienberger  
Ressourcenmanager

20 Prozent auf die Schweizer Seite des Rheintals. „Durch diese Nähe haben wir durchschnittlich nur neun Kilometer Transportweg bis zum Kunden. Im Rest Österreichs

ist diese Strecke über 30 Kilometer lang“, erklärt Rupert Grienberger. „Jahr für Jahr sparen wir so rund 800 Tonnen CO<sub>2</sub> ein.“ Zudem betreibt Rhomberg auf dem Areal eine Deponie, in der Bodenaushub abgelagert werden kann. Das spart durch Gegenfahren ebenfalls Transportkilometer. Durch den Anschluss an das Schienennetz der ÖBB ist ein umweltfreundlicher An- und Abtransport möglich. Der Export in die benachbarte Schweiz ist für Grienberger übrigens kein Widerspruch. Im Gegenteil: „Der Weg nach St. Margarethen oder Widnau ist deutlich kürzer, als wenn wir innerhalb Vorarlbergs in den Bregenzerwald oder das Montafon liefern würden“, erklärt er. „Auch beim Thema Regionalität lohnt sich der Blick über den Tellerrand.“



www.rhomberg.com



„Ganz vorne ansetzen, schon beim Produktdesign - schlussendlich muss alles biologisch abbaubar sein, ohne Negativimpact“, betont Stefan Grabher.

## „Cradle to Cradle“-Prinzip bei Mary Rose

„Gold“ ist nicht genug! Das Unternehmen auf bestem Weg zu „Platin“.

**DORNBIERN** Die Firma Mary Rose von Andrea und Stefan Grabher hat sich in den vergangenen Jahren einen guten Namen gemacht, sowohl als bekannte Heimtextilienmarke wie auch als Vorreiter im Bereich ökologisch und sozial fair produzierter Heimtextilien. Die Eigenmarke Mary Rose ist in den Shops Dornbirn und Innsbruck sehr erfolgreich, aber auch im Großhandel, in der Belieferung verschiedenster Vertriebslinien wie Möbel- und Versandhandel. Da sich in den letzten Jahrzehnten die Produktion von Textilien marktbedingt in Länder der Dritten Welt bzw. in Schwellenländer verlagert hat, sind auch die Herausforderungen für ökologisch motivierte Unternehmer heute andere als vor 30 Jahren. Wesentliche Herausforderungen sind die Sozialbedingungen, die Gewinnung der Rohstoffe wie beispielsweise die Baumwolle, der Produktionsprozess im Färbungs- und Veredelungsverfahren und die energietechnische Herausforderung, der ökologische Fußabdruck sozusagen. Da in diesen Ländern nur geringe Umwelt- und Sozialstandards vorhanden sind, liegt es

im Engagement jedes einzelnen Unternehmers begründet, hier aktiv zu werden. „Alleingänge bringen keinen Erfolg“, wissen Andrea und Stefan Grabher und sind auf ihrer Suche nach Kooperationen auf Zertifizierungs- und Labelingsysteme gestoßen. Unter hunderten Labels gibt es einige hervorragende, die aber jeweils nur einen Teilbereich besonders gut abdecken.

### Alles biologisch abbaubar

Und so begann das Team von Mary Rose mit dem Global Organic Textile Standard (GOTS) Label für biologische Baumwolle den Rohstoffbereich abzudecken. Es folgte die Mitgliedschaft bei Fair Wear, einem Label, das gute Arbeitsbedingungen und Entlohnung kontrolliert, auditiert und gemeinsam mit den Betrieben vor Ort weiterentwickelt. Es gibt lediglich rund 80 Mitglieder in Europa. Mary Rose ist das einzige Unternehmen aus Österreich und das einzige in der Heimtextilienbranche weltweit. Ein wichtiger Baustein stellt auch das „Cradle to Cradle“-Label dar, mit dem die gesamte Produktionskette ökologisch verändert und anschließend zertifiziert wird. „Ziel unserer umfassenden Bemühungen ist es, Produkte zu führen, die in einem biologischen Kreislauf gehalten werden und am Ende des Lebenszyklus als biologischer Rohstoff der Natur zu-

rückgegeben werden können“, erläutern Andrea und Stefan Grabher. „Für eine zukunftsweisende Kreislaufwirtschaft im Einklang mit der Natur muss ganz am Anfang angesetzt werden. Ganz vorne beim Produktdesign. Schlussendlich muss alles biologisch abbaubar sein – also ohne Negativimpact zurück in die Natur gelangen“, präzisiert Stefan Grabher. In allen drei Labels hat Mary Rose durch viel finanzielles und persönliches Engagement aus Lieferanten in den Lieferländern inzwischen Partner gemacht, die diesen Weg mitgehen und mittragen. Es ist vieles erreicht, es sind aber immer noch viele Herausforderungen zu bewältigen. Damit die Labels als Grundlage einer Kaufentscheidung herangezogen werden, ist es wichtig, dass das Vertrauen in die Labels und Zertifizierungen gegeben ist. „Als Mary-Rose-Team unternehmen wir alle Anstrengungen in der Kommunikation, aber auch, um die Produkte bzw. die erreichten Labelstufen weiterzuentwickeln“, führen Andrea und Stefan Grabher aus. Beispielsweise hält Mary Rose im Label „Cradle to Cradle“ bereits den Goldstandard und ist auf dem besten Weg zu Platin, dem höchsten erreichbaren Standard.



www.maryrose.com