Print wird als besonders nachhaltig wahrgenommen

Der Deutsche Nachhaltigkeitstag brachte kürzlich für die Druckindustrie erfreuliche Botschaften: Print wird von Verbrauchern und Kunden als besonders nachhaltig wahrgenommen; Nachhaltigkeit und Klimaschutz im eigenen Unternehmen können damit für Druckunternehmen auch zu einer nachhaltigen Erfolgsstory werden. Mehr als 1200 Teilnehmer besuchten die Veranstaltung, die in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung, dem Rat für Nachhaltige Entwicklung organisiert und vom Bundesverband Druck und Medien unterstützt wurde.

Nachhaltigkeit ist mehr als ein Trend. Mit dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex sind Unternehmen künftig aufgerufen, die Werte Soziales und Umwelt in ihre Führung zu verankern. Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis zeichnet alljährlich Betriebe aus, die wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Verantwortung und Schonung der Umwelt verbinden – und nachhaltiges Handeln zu

weiterem Wachstum nutzen. Große Markenhersteller und Industrieunternehmen haben Nachhaltigkeit fest in ihre Unternehmensleitlinien verankert.

Ausgezeichnet wurden u.a. der Verpackungshersteller Tetra Pak. Er wird von den Kunden als besonders nachhaltig wahrgenommen. Andere Markenhersteller bekundeten, ihre besondere Nachhaltigkeit vor allem über Verpackungen und in ihrer Werbung zu kommunizieren. Auch Nachhaltigkeitsberichte gehören mittlerweile zum guten Ton, nicht nur bei Dax-30-Konzernen, sondern auch bei vielen Mittelständlern.

Druckunternehmer können davon in zweifacher Hinsicht profitieren. Dies verdeutlichte Werner Drechsler, Geschäftsführer des Düsseldorfer Druckstudios, auf dem Podium des Wirtschaftskongresses: »Ökologisch ist auch ökonomisch«. Mit der konsequenten Ausrichtung auf Energieeinsparung und Umweltschutz wurde sein Unternehmen bereits zu den zwölf »umweltfreundlichsten« Druckereien weltweit gekürt. Das Unternehmen minimierte nicht nur die Energiekosten gewaltig, sondern konnte durch die neue nachhaltige Ausrichtung gegen den Trend viele neue Kunden gewinnen und stark wachsen. Mit der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände und dem Klimarechner können Druck- und Medienbetriebe diese Chancen für den Betrieb und ihre Kunden ebenso nutzen. **ds**