

Der „grüne“ Innovationsmotor

UNTERNEHMENSAUSRICHTUNG ■ Auf der diesjährigen Drupa war das Thema „Green Printing“ wieder in aller Munde – sowohl an den Ständen der Aussteller als auch bei diversen Kongressen und Diskussionsrunden. Welche Eindrücke haben die Besucher von diesen Veranstaltungen mitgenommen und welchen Einfluss haben diese möglicherweise auf das eigene Unternehmen? *Deutscher Drucker* hat bei Druckstudio-Geschäftsführer Werner Drechsler nachgefragt.

■ Eine nachhaltige Orientierung nützt nicht nur der Umwelt. Sie kann zudem auch dazu führen, den kompletten Geschäftsprozess neu zu überdenken und effizienter zu gestalten, findet Druckstudio-Geschäftsführer Werner Drechsler.

DD: Wie bewerten Sie das Thema „Nachhaltigkeit“ und seinen Stellenwert auf der diesjährigen Drupa? Ist sie tatsächlich ein Megatrend oder ebbt die Begeisterung dafür schon wieder etwas ab?

Werner Drechsler: Green Printing war schon auf der Drupa 2008 eines der Top-Themen und ist es mehr denn je. Viele Unternehmen arbeiten heute aber nicht nur mit Hochdruck daran, ihre Produkte möglichst umweltfreundlich zu produzieren, sondern verankern Nachhaltigkeit zunehmend in ihrem Unternehmenskonzept. Deswegen konnte auch auf der diesjährigen Drupa kaum ein Aussteller das Thema Nachhaltigkeit vernachlässigen, ganz gleich ob Hersteller von Druckmaschinen, Plattenbelichtern, Digitaldrucksystemen, Finishing-Systemen oder Materialien.

geliefert wurden, in Betrieb genommen. In Hinsicht auf unser Equipment sind wir somit auf dem neuesten Stand und haben – zumindest für den Drucksaal – auf der Messe kaum neue Anregungen gefunden. Im Bereich der Veredelungsmöglichkeiten gibt es allerdings eine Vielzahl an Weiterentwicklungen bei Farben, Lacken und Folien, die grundsätzlich für uns als Unternehmen mit hoher Veredelungskompetenz von Interesse waren.

DD: Welche Eindrücke nehmen Sie vom BVDM-Branchenforum zum Thema „Nachhaltigkeit“ mit? Was hat Sie – in der Diskussion mit Herrn Töpfer, Herrn Wurster (UPM) und Frau Höning (Rheinische Post) – überrascht oder bestätigt?

Drechsler: Das Branchenforum hat verdeutlicht, dass viele Betriebe weder die notwendigen Investitionskosten stemmen können noch ausreichend Personalressourcen haben, um sich ganzheitlich nachhaltig aufzustellen. Dies kollidiert jedoch mit den Wünschen der Kunden.

ergreifen, um weniger Energie und Ressourcen zu verbrauchen und dadurch enorme Kosten zu sparen. Papier ist in Druckereien eine der Stellschrauben, um ökologisches Handeln mit ökonomischen Nutzen zu verbinden: Weniger Makulatur bedeutet eine Rohstoffersparnis und damit weniger Kosten.

Zudem lohnt es sich, die Produktionsprozesse insgesamt auf den Prüfstand zu stellen. Dadurch lassen sich Baustellen aufdecken, wo nachhaltiger, effizienter und damit kostensparender gearbeitet werden kann. Ein wesentlicher Faktor ist auch ein moderner Maschinenpark. Druckmaschinen von heute sorgen dafür, dass wesentlich weniger Energie und Wasser verbraucht wird und zudem Verbrauchsmaterialien deutlich effizienter eingesetzt werden – und das bei gleichzeitig steigender Produktivität.

Wir haben erst kürzlich die Zertifizierungsprozesse für Qualitätsmanagement (ISO 9001), für Energiemanagement (EN 16001) und für Umweltmanagement (ISO 14001) erfolgreich durchlaufen. In solchen Zertifizierungsprozessen werden systematisch Opti-



Der Metro-Group-Geschäftsbericht wurde von Druckstudio komplett umweltfreundlich produziert. Er soll zeigen, dass man die nachhaltigen Anforderungen von Printbuyern erfüllen kann, ohne Abstriche bei der Qualität machen zu müssen.



Seit 2006 treibt Geschäftsführer Werner Drechsler die Ausrichtung auf Nachhaltigkeit im Unternehmen voran.

DD: Haben Sie von der Drupa neue Ideen und Eindrücke für Ihr Unternehmen mit nach Hause nehmen können? Welche sind das konkret?

Drechsler: Die Vision von Benny Landa hat mich besonders beeindruckt. Dass sie Potenzial hat, beweisen schon die strategischen Partnerschaften führender Druckmaschinenhersteller. Ich schätze, dass die Möglichkeiten des Nanographic Printing spätestens auf der nächsten Drupa in der erfolgreichen Umsetzung zu sehen sein werden. Wir haben kurz vor der Drupa als erstes Unternehmen weltweit die neue XL 106 5+Lack sowie die neue SX 52, die beide klimaneutral gestellt

Darüber hinaus wurde bei der Diskussion auch klar, dass die Papierindustrie zur Großindustrie zählt und ganz andere Probleme hat, als die hauptsächlich von kleinen und mittelständischen Unternehmen geprägte Druckindustrie.

DD: Wie können Druckbetriebe ökologisches und ökonomisches Handeln vereinen?

Drechsler: Zunächst sollten Druckbetriebe verstehen, dass nur ein ganzheitlich nachhaltiger Ansatz zu einem langfristigen Erfolg führt, der sich auch wirtschaftlich rechnet. Es geht darum, Maßnahmen zu

mierungspotenziale für die eigenen Prozesse und eine umweltfreundliche Druckproduktion ermittelt und dokumentiert.

DD: Welche konkreten Emissions-Einsparprojekte und Energie-Effizienz-Maßnahmen haben Sie in Ihrem Unternehmen verwirklicht?

Drechsler: Wir sind diese Themen strategisch angegangen und haben im Rahmen des Ökoprot-Projektes des Landes Nordrhein-Westfalen über zwölf Monate hinweg zahlreiche Möglichkeiten geprüft, um den Ressourcen- und Energieverbrauch auf ein Minimum zu

senken. Herausgekommen ist ein Paket an Maßnahmen von der Feuchtwasser-Filtration der Druckmaschinen über ein energiesparendes Beleuchtungskonzept bis hin zur Installation einer Fotovoltaikanlage zur Stromgewinnung und einer Wärmerückgewinnungsanlage zum Beheizen der Hallen und Büros sowie zur Wasseraufbereitung.

Auch über unsere durchgängige Prozessintegration mit dem Druckerei-Workflow Prinect erreichen wir nicht nur effizientere und ökonomisch nachhaltigere Produktionsprozesse. Die reine Makulaturreduzierung liegt bei 20 Prozent und bedeutet weniger Papierverschwendung allein durch die Prozessoptimierung in Vorstufe und Drucksaal. Darüber hinaus beziehen wir seit 2010 Ökostrom und sind – bezogen auf die beiden größten CO₂-Emittenten Wärme und Strom – heute nahezu klimaneutral.

DD: Honorieren Kunden den „grünen Anstrich“ ihres Dienstleisters? Und sind sie bereit, eventuell auch einen etwas höheren Preis für beispielsweise klimaneutrale Produkte zu bezahlen?

Drechsler: Es ist eben nicht nur ein ‚grüner Anstrich‘, sondern ein ganzheitlicher Ansatz! Das honorieren Kunden, und umweltfreundlich produzierte Drucksachen sind für viele Printbuyer heute neben Preis und Qualität ein ausschlaggebendes Kriterium. Das zeigt sich auch daran, dass wir mit klimaneutral gedruckten Produkten mehr Umsatz generieren – im Jahr 2011 circa 1,5 Mio. Euro. In den letzten vier Jahren stieg die Nachfrage nach Drucksachen auf FSC-zertifiziertem Papier oder Karton. Über 40 Prozent der eingesetzten Substrate stammen aus nachhalti-

”

Druckbetriebe sollten verstehen, dass nur ein ganzheitlich nachhaltiger Ansatz zu einem langfristigen Erfolg führt, der sich auch wirtschaftlich rechnet.

Werner Drechsler, Geschäftsführer der Druckstudio Gruppe.

Drechsler: Sie hat zum einen klare wirtschaftliche Vorteile: Allein durch die Ökoprotit-Projektteilnahme und den daraus resultierenden Maßnahmen sparen wir mittlerweile jährlich rund 734 Tonnen CO₂ ein und Kosten in Höhe von 53 000 Euro. Zum anderen hat sich Nachhaltigkeit zu einem zentralen Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb der Marken entwickelt. Damit wird eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensstrategie zur Eintrittskarte für Ausschreibungen und zum zentralen Verkaufsargument im Wettbewerb. Insgesamt geht es aber nicht nur darum, den ökologischen Fußabdruck so gering wie möglich zu halten, uns vom Wettbewerb abzuheben und Kosten zu sparen – sondern um den aktiven Schutz der Umwelt.

Manufacturing effizienter zu gestalten. Nach innen führt eine nachhaltig mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur dazu, dass unsere Mitarbeiter in einem motivierenden Arbeitsumfeld zu mehr Kreativität und Leistung fähig sind – auch das treibt ständig Innovationen voran.

DD: Was sagen Sie dazu, dass viele nachhaltige Maßnahmen noch als „Greenwashing“ bezeichnet werden?

Drechsler: Echtes ‚Going Green‘ ist in der Tat von ‚Greenwashing‘ nicht immer leicht zu unterscheiden. Druckbetriebe, die nur auf Einzelmaßnahmen ohne strategischen Kontext setzen, fördern damit vielleicht ihr grünes Image – mehr aber auch nicht. Solche Einzelaktionen bieten nicht wirklich nachhaltige Effekte hinsichtlich Prozessoptimierung, Kosteneinsparungen und Umsatzsteigerungen. Echtes ‚Going Green‘ hört zudem nie auf. Das bedeutet, kontinuierlich an den Produktionsprozessen zu arbeiten und die dahinterstehende Infrastruktur an Emissions-Einsparprojekten und Energieeffizienz-Maßnahmen immer wieder zu prüfen und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen.

DD: Wie bewerten Sie den aktuellen Konflikt zwischen Energiewende, Versorgungssicherheit und bezahlbarem Strom und seine Auswirkungen auf die Druckunternehmer? Welche Hürden müssen hier noch genommen werden?

Drechsler: Um die Energiewende und die im Energiekonzept 2020 festgesetzten Ziele zu erreichen, sind Unternehmen gefordert, Investitionen zu tätigen. Das

Auch bei der Wahl der Verbrauchsmaterialien achtet Druckstudio darauf, industrielle Umweltstandards einzuhalten. Natürlich müssen diese Materialien gleichzeitig auch eine stabile Druckproduktion gewährleisten.



ger Forstwirtschaft. Es ist aber nicht nur die klimaneutrale Druckproduktion, die im Kundenkreis ausschlaggebend ist, sondern das Gesamtpaket. Beispielsweise haben wir Ende 2011 als erste Druckerei weltweit unsere Produktion durchgängig auf die umweltfreundlichen Verbrauchsmaterialien der Saphira-Eco-Linie der Heidelberger Druckmaschinen AG umgestellt – und konnten damit bei der Auftragsvergabe des Geschäftsberichts der Metro AG punkten.

DD: Welche Vorteile bietet eine nachhaltige Ausrichtung für Druckbetriebe?

DD: Wie kann Nachhaltigkeit zum Innovationsmotor werden?

Drechsler: Nachhaltigkeit sorgt einerseits für Innovation, weil wir uns auf veränderte Anforderungen der Kunden einstellen müssen – sowohl was die Möglichkeiten einer klimafreundlichen Druckproduktion angeht als auch in Bezug auf unsere Service- und Beratungsangebote. Eine nachhaltige Orientierung führt außerdem dazu, den kompletten Geschäftsprozess neu zu überdenken und zu definieren und diesen – von der Auftragsannahme bis zur Auslieferung – im Sinne des Lean

gilt nicht nur für Großkonzerne, sondern auch für mittelständische Unternehmen, wie etwa Druckereien. Die Investitionssicherheit dafür fehlt jedoch und wird auch von Seiten der Politik meiner Meinung nach nicht ausreichend unterstützt. Derzeit steigende Stromkosten können von Druckereien nicht eins zu eins an den Kunden weitergegeben werden. Um den Spagat zwischen den steigenden Kosten und der Verantwortung für nachhaltiges Wirtschaften im Mittelstand zu meistern, fehlt aus unserer Sicht eine stärkere Unterstützung der Politik.

Fragen: Daniela Tscherbakova