

Nachhaltigkeit: Schlagwort oder Konzept mit Potenzial?

Der Artikel wurde erstellt in Zusammenarbeit mit:



Die Begriffe »klimaneutrales Drucken« und »nachhaltige Medienproduktion« sind in der Druckindustrie keine Fremdwörter mehr. Dennoch sind die Themen komplex und Aufklärungsbedarf ist vorhanden. Im ersten Teil unserer Kurz-Serie wollen wir deshalb etwas Licht auf die damit verbundenen Möglichkeiten und Abläufe werfen, damit Sie als Anwender ab sofort bei diesem viel diskutierten Thema der Branche mitreden können.

Zahlreiche Unternehmen, insbesondere börsennotierte Markenartikler, engagieren sich im Rahmen der freiwilligen Selbstkontrolle für den Klimaschutz. Investitionen in Energieeffizienz bei der Produktion sowie der Einsatz von umweltschonenden Ressourcen und Green-IT sind hier vielfach bereits Standard.

In der Druckbranche: In der grafischen Industrie hat man parallel dazu als logische Konsequenz den Begriff des »klimaneutralen



Gut für Kunden: Mit der passenden Nachhaltigkeitsstrategie eröffnen sich Druckdienstleistern neue Kompetenzfelder.

zu stellen. Schnell ist deutlich, dass hinter dem Konzept weiteres Potenzial steckt. Mit der klimaneutralen Druckproduktion eröffnet sich den Druckunternehmen die Chance, den Status des reinen »Erfüllungsgehilfen« hinter sich zu lassen und sich als kompetenter Berater in Sachen Klimaschutz für Druckproduktionen neu zu positionieren.

Das Konzept Klimaschutz: Schnell wird im Verlauf der zurückliegenden Zeit deutlich, dass »klimaneutrales Drucken« allein weder inhaltlich noch in der Wahrnehmung der Kunden weit genug reicht. Deshalb zielen die Weiterentwicklung und der Ausbau der Leistungsinhalte immer deutlicher in Richtung eines umfassenderen Konzepts, der »nachhaltigen Medienproduktion«. Entscheidend sind hierfür nicht allein die Aspekte des Druckprozesses, sondern alle Einflussfaktoren, die für ein Printprodukt relevant sind und die Printkommunikation beeinflussen. Dazu gehören klimafreundliche Materialien wie Papiere und Ökofarben genauso wie Produkte der Weiterverarbeitung, etwa klima-

neutrale Briefumschläge oder Biofolien. Realistisch betrachtet kann ein Druck- und Produktionsprozess niemals tatsächlich klimaneutral ablaufen, denn bei jedem Produktionsprozess entstehen CO₂-Emissionen. Allein die Verwendung von Materialien wie Farbe oder Papier sowie anderer Bedruck- und Verbrauchsstoffe bedingt einen CO₂-Ausstoß, der letztlich dem Klima schadet. Dazu kommt der hohe Energiebedarf einer Medienproduktion.

Die kommunizierte Klimaneutralität ergibt sich aus dem Klimaschutzansatz des Kyoto Clean

Internet: Weitere Infos

- www.bvdm-online.de
- www.climate-partner.de
- www.natureoffice.de

Development Mechanism. Hier ist definiert, dass Emissionen mithilfe von Ankauf und Stilllegung von CO₂-Zertifikaten »neutralisierbar« sind. Das ist möglich, da sich nach Vorgabe des Kyoto-Protokolls durch die Förderung von Klimaschutzprojekten in der Dritten Welt bei einer Produktion anfallendes CO₂ ausgleichen lässt. Wichtig ist festzuhalten, dass der alleinige Ausgleich durch CO₂-Minderungszertifikate kein nachhaltiger Klimaschutz sein kann, sondern nur einen Ausgleich ohne wirkliche Verantwortungsübernahme darstellen würde. Die Aufgabe im Rahmen der »nachhaltigen Medienproduktion« besteht also in der weitgehenden Emissionsvermeidung. Im zweiten Schritt werden verbleibende Emissionen



Druckens« etabliert und die zugehörigen Maßnahmen entwickelt. Ziel dabei ist es, ein passendes Angebot für die Nachfrage aus der Industrie zur Verfügung

Umweltbewusst: Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind in der Druckindustrie ein aktuelles Thema.

reduziert oder durch weniger umweltschädliche Alternativen ersetzt. Erst in der Konsequenz kann man nicht zu vermeidende Emissionen durch Zertifikate ausgleichen. Um tatsächlich glaubwürdigen

Klimaschutz zu betreiben, hat die Devise »vermeiden, reduzieren, ausgleichen« höchste Priorität. Erst, wenn alles daran gesetzt ist, die in der Produktion anfallenden Klimabelastungen zu vermeiden oder zu minimieren, sind verbleibende Emissionen als »unvermeidlich« einstuftbar.

Geschäftsmodell für Druckereien:

Der generelle Vorteil, der sich für Druckdienstleister aus dem Konzept der »nachhaltigen Medienproduktion« ergibt, ist die Möglichkeit, sich mit ihrem Angebot vom Wettbewerb zu differenzieren. Insbesondere Markenartikel fragen gerne nach Nachhaltigkeitsstrategien als Mehrwert zum Medienprodukt und setzen dies teilweise in der Produktion voraus. So gibt es bereits Unter-



Eigenes Konzept: Die Klimainitiative des BVDM ist die verbandseigene Lösung für Druck und Medienbetriebe.



Freundliches Logo: Die »lachende Welt« von Climate-Partner erhalten nur Printprodukte, bei denen unvermeidbare Emissionen ausgeglichen sind.

nehmen, die in ihren Einkaufsbedingungen fordern, mit welchem Nachhaltigkeitskonzept die Druckproduktion erfolgen soll. Konkret gesagt, eröffnet sich Druckdienstleistern durch freiwilligen Umwelt- respektive Klimaschutz eine zusätzliche Chance, Kunden binden zu können und sich am Markt zu positionieren – einem Markt, auf dem diese Zusatzleistung zunehmend gefragt ist. Und das nicht nur von Auftraggebern der öffentlichen Hand.

Für die Emissionsreduktion: Werden Energiekosten nachhaltig gesenkt, wird die Wirtschaftlichkeit eines Betriebs, besonders in Zeiten stetig steigender Energiekosten, deutlich verbessert. Maßnahmen wie eine Energieeffizienzanalyse helfen dabei, die Schritte im Produktionsprozess zu identifizieren, welche sich oft schon mit einfachen Mitteln effizienter gestalten lassen. Solche Prozessoptimierungen bieten gleich

in mehrfacher Hinsicht Vorteile für den Druckereibetrieb, denn neben realen Einsparungen an Energiekosten verbessern sich zugleich auch Qualität und Prozesssicherheit. So trägt die Reduzierung der Makulatur,

zum Beispiel durch den Einsatz standardisierter Druckprozesse, einerseits zur Material- und Energiekostenreduktion bei, andererseits erhöht sich die Produktionskapazität.



Die Implementierung der bei der Energieeffizienzanalyse aufgedeckten Optimierungspotenziale erfordert mitunter Investitionen. Neben der Beratungsleistung selbst, die meist eine Schulung der Mitarbeiter beinhaltet, schlägt auch die für eine nachhaltige Medienproduktion sinnvolle Zertifizierung nach den verschiedenen Standards, zum Beispiel ISO 12647 (PSO), die Qualitätsmanagementnorm ISO 9001 oder die Umweltmanagementnorm ISO 14001 zu Buche. Dazu kommen die Verwendung von Ökostrom, eventuell die Anschaffung von Maschinen mit verbesserter Umweltleistung und bauliche Maßnahmen zur Umsetzung der Erkenntnisse aus der Effizienzanalyse, die auch mit weiteren Kosten verbunden sind. Lohnen sich diese Investitionen? Der Großteil der Kosten rentiert sich durch die aus ihnen erwachsenden Einsparungen bei allen Medienproduktionen. Hinzu kommt Nutzen durch verbesserte Kundenbindung und -gewinnung.

Zwei Level: Eines der beiden Logos des BVDM. Im Gegensatz zu »Print CO₂ ausgeglichen« reicht für das hier gezeigte die Emissionsberechnung.

Fazit: Es gibt viele Möglichkeiten, Klimaschutzmaßnahmen in Unternehmen der grafischen Industrie umzusetzen. Um jedoch einen echten Wettbewerbsvorteil bezüglich der wachsenden Nachfrage nach klimafreundlichen Printprodukten erzielen zu können, bedarf es eines umfassenderen Konzepts als des »klimaneutralen Druckens«. Wie sich dies sinnvoll und nachhaltig realisieren lässt, erfahren Sie im zweiten Teil dieser kleinen Serie. ◀
Hendrik Fey/pe

Info: Beratung, Betreuung, Neutralisierung

Die Anbieter: In Deutschland gibt es im Rahmen der Druck- und Medienindustrie drei Anbieter, die auf Strategieberatung in Sachen Nachhaltigkeit spezialisiert sind und Unternehmen bei der Analyse, Berechnung und dem Ausgleich nicht vermeidbarer Emissionen unterstützen: Nature Office, Climate-Partner und die Klimainitiative des Bundesverbandes Druck und Medien e. V. (BVDM). Dabei handelt es sich um drei Konzepte mit verschiedenen Ansätzen – angefangen von der Branchenlösung bis hin zur Individualberatung der Medienunternehmen.

In erster Linie geht es bei der Neutralisierung darum, alle CO₂-Emissionen, die mittel- oder unmittelbar beim Druck entstehen, zu ermitteln. Ziel muss es also sein, den gesamten Prozess einschließlich aller Fremdleistungen, aber auch aller internen Faktoren zu berücksichtigen. Hinsichtlich der Berechnung sollten die Grundlagen deshalb klar und umfassend sein. Das bedeutet vor allem, dass die für die Emissionsberechnung genutzten Daten möglichst vollständig die realen Bedingungen

und individuellen Umweltschutzmaßnahmen in der jeweiligen Druckerei und die verwendeten Materialien der jeweiligen Produktion abbilden. Der Einsatz branchenüblicher Durchschnittswerte sollte, wo immer möglich, vermieden werden, da so die Berechnung der anfallenden Emissionen verfälscht wird.

Dort, wo Emissionen schon entlang der vor- oder nachgelagerten Prozesskette entstehen und somit für die Druckerei nicht selbst zu erheben sind, ist der jeweils beratende Dienstleister gefragt. Es empfiehlt sich, darauf zu achten, dass hier möglichst genaue Angaben gemacht werden können. Das ist immer dann gewährleistet, wenn die beratenden Unternehmen eng mit den jeweiligen Lieferanten und Herstellern zusammenarbeiten. In diesem Zusammenhang ist auch die Kooperation des jeweiligen Beratungsunternehmens mit Verbänden und Institutionen interessant, da sich hierüber bemesen lässt, wie anerkannt die angebotenen Berechnungsstrategien sind.