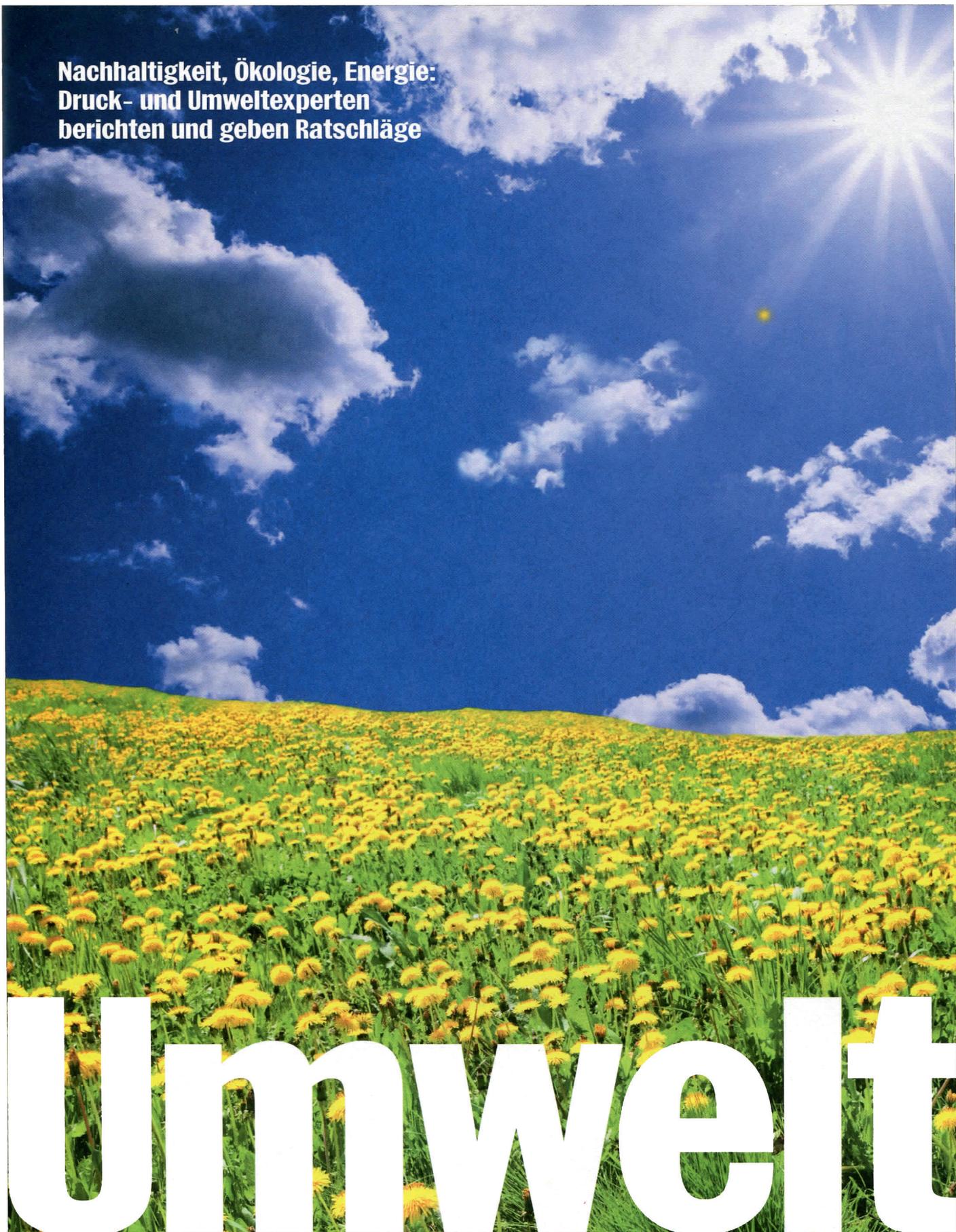


# Druck & Medien Guide

[www.druck-medien.net](http://www.druck-medien.net)

Juli 2011

**Nachhaltigkeit, Ökologie, Energie:  
Druck- und Umweltexperten  
berichten und geben Ratschläge**



# Umwelt

# Umweltgerechter Druck



Sven Boers und Thomas Niewerth, Geschäftsführer der Dorstener Druckerei



Quint betreibt in Pronstorf ein hauseigenes

Umweltorientierung und umweltgerechtes Handeln sind die großen Renner in der Druck- und Medienbranche. Kaum ein Tag vergeht, an dem nicht über Ökologie, klimaneutrales Drucken und Zertifikate geschrieben und diskutiert wird. Doch lohnt sich die Beschäftigung mit den Themen wirklich? Kann ein Druck- und Medienunternehmen wirklich Nutzen aus der Umweltorientierung ziehen? **Von Jürgen Rönsch**

Druck&Medien hat Unternehmen aus ganz Deutschland befragt und interessante Einblicke in die Ziele und Erfahrungen bekommen. Es folgen zwei Statements und Beschreibungen und ein Interview zum Thema.

## Quint Druckerei und Verlag, Pronstorf

Kein Zweifel: Die Druckerei Quint im schleswig-holsteinischen Pronstorf ist, was Umwelt- und Klimaschutz angeht, bereits ein alter Hase. „Schon 1982“, so die Selbstdarstellung des Offset- und Digitaldruckbetriebs zwischen Lübeck und Bad Segeberg, „haben wir begonnen, eigene Wege zu beschreiten, und ressourcenschonende Produktionsbedingungen eingeführt, die wohl einmalig in unserer Branche und Schleswig-Holstein sind.“ Was das konkret heißt, macht der Blick auf die vielfältigen Technologien und Maßnahmen deutlich. So erzeugt das Unternehmen nicht nur seinen Strom im hauseigenen Windkraftwerk und speist diesen zusätzlich ins öffent-

liche Netz ein, sondern es wird auch Warmwasser mit einer geothermalen Heizung erzeugt. Zusätzlich erhöhen Sonnenkollektoren und Luft/Wasser-Wärmetauscher die Effizienz der Anlage. Und schließlich wird auch das Brauchwasser in der eigenen biologischen Kläranlage wieder auf Trinkwasserqualität aufbereitet.

Was das Unternehmen, das rund zehn Mitarbeiter zählt, zudem differenziert, ist die Haltung zum Thema klimaneutrales Drucken: Wie es in einer kürzlich erschienenen Pressemitteilung heißt, werde ganz bewusst auf die klimaneutrale Produktion aus eigener Kraft und die Vermeidung von klimabelastenden Faktoren im eigenen Hause gesetzt. Die Freistellung von klimabelastenden Faktoren durch sogenannte Emmisionszertifikate kommt für das Unternehmen nicht infrage, denn damit würde nach Ansicht von Inhaber Bernd-Christian Pfennig der schwarze Peter des nachhaltigen und klimaschonenden Produzierens nur weitergereicht und Potenziale in der eigenen Produktion zum klimaschonenden Verhalten blieben ungenutzt.

## Der ausschlaggebende Impuls

Doch lohnt sich das alles wirklich? Stehen Investitionen und Nutzen in einem guten Verhältnis? Konnten wirklich neue Kunden durch das Engagement gewonnen werden? Vom Unternehmen kommen dazu überraschend ehrliche Antworten. So sagt Bernd-Christian Pfennig, dass die klimaneutrale Produktion in der Neukundenakquise zwar eine gute, aber nicht die wichtigste Rolle

# k lohnt



es Windkraftwerk.

spielt. Vielmehr gebe das Gesamtpaket aus Leistung, Service und Image beim Kunden den Ausschlag. Die Umweltorientierung könne im Fall der Fälle aber durchaus der ausschlaggebende Impuls sein. Durchweg positiv bewertet der Inhaber dagegen das Einsparpotenzial, das durch die Nutzung der regenerativen Energieträger entsteht: „Ganz konkret können wir sagen, dass wir mit unserem Konzept günstiger produzieren können als beim klassischen Zukauf von Energie bei einem Versorger.“

Und auf die Frage, wie die Reaktionen der Kunden auf die Umweltorientierung des Unternehmens sind, lautet die Antwort: „Durchweg positiv. Allerdings muss einschränkend gesagt werden, dass die Umweltorientierung ein ‚nice to have‘ ist. Wir stellen beispielsweise unseren Kunden kleine Signets zur Verfügung, die völlig werbefrei sind und die umweltverträgliche Produktion der Produkte dokumentieren. Diese werden nicht immer und von allen Kunden abgefordert und benutzt, aber doch mit zunehmender Tendenz.“ Was Bernd-Christian Pfennig zudem auffällt, ist, dass die Kunden das Umweltengagement vor dem Hintergrund eines fragwürdigen Emissionshandels auch kritisch bewerteten und nach der Substanz der eingeleiteten Schritte fragten. „Da sind wir natürlich gut aufgestellt“, so der Druckereihinhaber. ▶

**„Schon 1982 haben wir begonnen, eigene Wege zu beschreiten, und ressourcenschonende Produktionsbedingungen eingeführt.“**