

# Vorreiter einer nachhaltigen Druckproduktion

## Ulenpiegel Druck praktiziert seit rund zehn Jahren aktiven Umwelt- und Klimaschutz

In ihrer Umwelterklärung 2008 mit dem Titel „Nicht klimaneutral, sondern verantwortungsbewusst“ dokumentiert die Offsetdruckerei Ulenpiegel Druck GmbH ihr aktives Umweltmanagement – und bezieht nebenbei kritisch zum Handel mit Emissionsrechten Stellung. Schon seit dem Jahr 1998 befasst man sich bei dem Unternehmen, das in Andechs, Bayern (Deutschland), beheimatet ist, mit systematischem Umweltmanagement.

Die Umweltschutzleitlinien der Bogenoffsetdruckerei zeugen von der Ernsthaftigkeit, Umweltaspekte bei allen betrieblichen Aktivitäten zu berücksichtigen: „Generelles Ziel von Ulenpiegel Druck ist es, durch Umsetzung der notwendigen Maßnahmen Umweltbelastungen zu vermeiden und zu beseitigen. Wo dies nicht oder nur zum Teil möglich ist, gilt es, umweltbelastende Emissionen und das Abfallaufkommen auf ein Mindestmaß zu verringern und mit Ressourcen sparsam umzugehen.“

Ulenpiegel war unter den ersten Druckereien in Deutschland, die sich nach dem strengen EG-Öko-Audit der Europäischen Union (EMAS) zertifizieren ließen. Erst Anfang April 2008 wurde die EMAS-Zertifizierung durch ein neuerliches Audit bestätigt – bereits zum dritten Mal seit der Erstzertifizierung.



Zehn Jahre effektives Umweltmanagement: Das Team von Ulenpiegel Druck hat seine gesamte Produktion unter die Anforderungen von Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung gestellt.

Als im Sommer 2006 die Entscheidung zu einem neuen Firmendomizil, zu einer neuen Druckmaschine und zum Einstieg in die Computerto-Plate-Technik fiel, entschied sich Ulenpiegel Druck aus ökologischen Erwägungen für den Einsatz der prozesslosen KODAK THERMAL DIRECT Platte.

Für Ulenpiegel Druck bedeutete der Umstieg von der traditionellen Plattenkopie auf die digitale Bebilderung der prozesslosen Thermoplatte den Wegfall der hoch alkalischen Entwicklerchemie, des Verbrauchs von Spülwasser (immerhin 120.000 Liter Trinkwasser pro Jahr) sowie des Energiekonsums der Plattenentwicklungsmaschine. Dass man zusätzlich die Investition in eine solche Anlage inklusive der Kosten für Prozessüberwachung, Reinigung und Wartung sparte – sonst beim CTP-Einstieg mit konventionellen digitalen Platten unvermeidlich – war laut Guido Schmidt umso vorteilhafter. Als Umweltbeauftragter und

einer der Geschäftsführer der Druckerei unterstreicht er die generellen Beweggründe für den eher späten Einstieg in die CTP-Bebilderung: „Aus ökologischer Sicht war uns vieles in der konventionellen Direktbebilderung suspekt – beispielsweise die Resteentsorgung der Entwicklerchemie im Violettbereich. Als Kodak dann die THERMAL DIRECT Platte auf den Markt brachte, war für uns der richtige Zeitpunkt für den Einstieg gekommen.“ Da die Bebilderung der prozesslosen KODAK THERMAL DIRECT Platte ohne Ablation funktioniert, benötigt das CTP-System auch keine zusätzliche Absaugvorrichtung für abgelöste Partikel.

In den übrigen Bereichen des grafischen Produktionsprozesses stehen bei Ulenpiegel Druck ebenfalls die Zeichen auf Umwelt- und Klimaschutz: Die Druckmaschinen verarbeiten zum größten Teil sogenannte Ökodruckfarben, deren Bindemittel vorwiegend aus nachwachsenden

## Nachhaltigkeit und Ökologie



Guido Schmidt,  
Geschäftsführer und  
Umweltbeauftragter  
der Ulenspiegel  
Druck GmbH (An-  
dechs, Oberbayern).

### Nicht klimaneutral drucken, sondern verantwortungsbewusst

Klimawandel ist das Thema unserer Tage. Wie wichtig ernsthaftes Umweltmanagement und nachhaltiges Wirtschaften sind, zeigt die aufgeregte Debatte um den Klimaschutz, die mittlerweile allenthalben entbrannt ist. Seit einiger Zeit kursiert nun der Begriff »klimaneutral« in den Medien und im öffentlichen Bewusstsein. Airlines versprechen »klimaneutrale« Flugreisen, Automobilhersteller »klimaneutralen« Fahrspaß, und neuerdings werben auch Druckereien damit, »klimaneutral« zu drucken.

Laut Climatepartner – einem Unternehmen, das Strategieberatung im freiwilligen Klimaschutz anbietet – basiert »klimaneutral drucken« auf der Ermittlung der CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Drucksache. Die bei der Entstehung und Herstellung anfallenden CO<sub>2</sub>-Emissionen – sei es bei der Herstellung des Papiers oder der Druckfarbe, sowie beim Druckprozess selbst – werden dabei jeweils individuell pro Drucksache und pro Betrieb ermittelt und anschließend durch den Ankauf von Emissionsminderungszertifikaten kompensiert. Die tatsächlichen Produktionsbedingungen sind dafür nicht relevant. Die Belastung der Umwelt wird durch »klimaneutrales« Drucken per se weder verhindert noch eingeschränkt. Man kauft sich lediglich von seinen »CO<sub>2</sub>-Sünden« frei, indem man im Rahmen des Kyoto-Protokolls Geld in Klimaschutzprojekte investiert, anstatt am eigenen Standort Maßnahmen zum Schutz der Umwelt zu ergreifen. Und das relativ günstig. Die Höhe der Kompensation beträgt bei einem Auftragswert von 1000 Euro etwa 10 Euro, in der Regel also 1% der Auftragssumme.

Obwohl mehr und mehr Unternehmen der grafischen Industrie sich das Label »klimaneutral« auf die Fahne schreiben, um den Bedürfnissen eines zunehmend umweltbewussten Marktes gerecht zu werden, geht der Anteil von Recyclingpapier bei Druckprodukten seit Jahren kontinuierlich zurück und der Einsatz so genannter Ökodruckfarben stagniert bei einem Anteil von knapp 10%. Gleichzeitig wird doppelt soviel des

Ozonkillers Isopropylalkohol in die Atmosphäre abgegeben wie noch vor 30 Jahren, und über die Hälfte der deutschen Druckbetriebe benutzen noch immer hochflüchtige Reinigungsprodukte.

Es besteht also ein eklatanter Widerspruch zwischen dem Wunsch nach sauberen Druckprodukten und der Produktionswirklichkeit. Der Verdacht drängt sich auf, dass »klimaneutrales« Drucken eher einem »greenwashing« statt ernsthaftem Umweltschutz dient. Wobei nicht gesagt werden soll, dass die Ausweisung der CO<sub>2</sub>-Emission kein Kriterium sein könnte, um sensibilisierten Kunden die Entscheidung

### »Klimaneutrales Drucken – Marketingstrategie statt Umweltschutz?«

für eine umweltfreundlichere Ausstattung ihrer Drucksache zu erleichtern. Wirklicher Umweltschutz aber ist viel komplexer als dass man sich nur auf die Offenlegung und Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen beschränken könnte. Er verlangt die Transparenz des gesamten Produktionsablaufs. Und deshalb greift »klimaneutrales« Drucken viel zu kurz. Mit einem flotten Label suggeriert man, dass die Umweltbelastung bei der Produktion tatsächlich ausgeglichen werden kann. Und dies ist schlicht und einfach falsch. Der beste Umweltschutz ist noch immer die Vermeidung, der zweitbeste das Recycling, soviel ist sicher. Welchem Nutzen

die Kompensation dient, bleibt umso fragwürdiger, je genauer man Klimaschutzprojekte unter die Lupe nimmt.

Dabei existieren schon lange Instrumente, um Produktionsabläufe umweltschonend gestalten zu können. Seit 1993 gibt es in der EU das wohl weltweit anspruchsvollste Umweltmanagementsystem, EMAS, womit Firmen sich verpflichten, ihre Produktion auf eine nachhaltige Basis zu stellen. Doch die Zahl der Unternehmen, die sich diese Verpflichtung auferlegen, stagniert und ist sogar rückläufig. In Bayern sind laut EMAS-Register der IHK lediglich sieben grafische Betriebe EMAS-zertifiziert. Kein Wunder, ist doch die Umsetzung dieses auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Umweltmanagementsystems kostspielig und zeitintensiv. Ständige Datenerhebung, jährliche Überprüfung durch unabhängige Gutachter, Entwicklung von Kennzahlen zur Dokumentation der Umweltauswirkungen, verbindliche Offenlegung in einer für jedermann zugänglichen Umwelterklärung. Dazu haftet ihm ein bürokratisches Image an und es verbietet die Werbung auf Produkten. Kein Wunder also, dass dieses seriöse Instrumentarium nur wenige Anwender findet.

Dennoch haben wir uns im Jahr 1998, als eine der ersten Druckereien Deutschlands, dazu entschlossen, diesen »Königsweg« in Sachen Umweltschutz zu gehen, weil wir der festen Überzeugung sind, dass Nachhaltigkeit und Klimaneutralität am eigenen Standort an erster Stelle stehen müssen. Um dies zu erreichen, haben wir eine Vielzahl von Maßnahmen ergriffen: Prepress-Interface zur Makulaturreduktion, Direkt-

bebilderung prozessloser Druckplatten ohne Chemie und Wasser, Strom aus erneuerbaren Energien, Abwärmenutzung zur Beheizung der Betriebsräume, um nur die wichtigsten zu nennen.

Durch solche Maßnahmen haben wir gezeigt, dass es möglich ist, ein grafisches Unternehmen in seinen Grundzügen tatsächlich klimaneutral zu stellen. Und dann – aber nur dann – kann die Kompensation der bei der Gesamtherstellung eines Druckprodukts unvermeidlichen CO<sub>2</sub>-Emission sinnvoll sein und als seriöses Kriterium für die Umweltauswirkungen eines Unternehmens herangezogen werden. □

## Umweltschutz das unbekannte Wesen

Guten Tag Herr Schmidt,

wie alle Publikationen zum Thema »Ökologie in der Druckbranche« habe ich auch Ihre Kolumne zur Klimaneutralität im »Druckspiegel« 6/2008, S. 3 – »Nicht klimaneutral drucken, sondern verantwortungsbewusst« – aufmerksam studiert. Ich begrüße grundsätzlich jede Publikation, pro und contra, zu diesem globalen und drängenden Thema. Nur so werden die Leute genügend sensibilisiert, um irgendwann mal zu handeln und Druck zu machen.

Aber ich stelle eine zwar durchaus menschliche, jedoch verheerende Tendenz fest: Die Tendenz, das allein seelig machende Umweltbewusstsein gepachtet, mithin die einzig richtige Religion gefunden zu haben. Ihre Aussage »... dass die Umweltbelastung bei der Produktion tatsächlich ausgeglichen werden kann. Und dies ist schlicht und einfach falsch.« ist schlicht und einfach falsch. Und aufgrund Ihrer hervorragenden »Umwelterklärung 2005«, die ich mir auszudrucken und eingehend zu studieren erlaubte, gehe ich mit Sicherheit davon aus, dass Ihnen Ihre Falschaussage auch bewusst ist.

Lassen Sie es mich etwas pointiert ausdrücken: Die ganze Zertifizierungsbranche ist doch nüchtern betrachtet vor allem Futter für Heerscharen von Betriebs/Unternehmensberatern und dient in vielen Fällen einzig als Marketinginstrument. Wer es sich leisten kann, kauft sich irgendein ISO Weißgottwieviel und hängt es sich an die Wand. Ob hinter dem Wandschmuck tatsächlich eine Anstrengung steht, ist von außen kaum zu beurteilen. Prepress Interface, prozesslose Druckplatten, Aquastrom, Wärmerückgewinnung usw. sind doch für Sie und mich als denkende Unternehmer nicht »nur« ein Umweltschutzengagement, sondern mindestens ebenso relevant Mittel für Kostensenkung, Rationalisierung, Produktionsoptimierung. Denn in erster Linie, und das wissen alle Kunden, müssen und wollen wir in dieser unserer freien Marktwirtschaft Geld verdienen. So einfach ist das.

Ich weiß nicht, wie sich die Situation in Deutschland präsentiert, aber in der Schweiz ist die Druckbranche extrem, beinahe schon krankhaft verschlossen. Es regieren Futterneid und Konkurrenzangst. Wie im Krieg versucht jeder, des »Gegners« Strategie auszuspähen und hämisch auf Schwachstellen hinzuweisen. Wer sich nicht abschätzig über die Branchenkollegen äußert, wird nicht ernst genommen. Im Moment ist der Krieg um die richtige Umwelteinstellung am Anlaufen. Die Myclimate Jünger streiten mit den Climate-Partner Propheten um die korrekten CO<sub>2</sub>-Berechnungsgrundlagen. Das Ringen um Zauberworte wie »nachhaltig«, »glaubwürdig« oder »verantwortungsbewusst« nimmt epidemische Ausmaße an. Die weltbewegende Frage, welches ISO Zertifikat denn nun am vertrauenswürdigsten ist, füllt seitensweise die Fachzeitschriften. Und ich warte auf den Tag, an dem ein als Gasableser verkleideter Branchenkollege sich bei mir im Betrieb auf die Suche nach umweltschädigenden Substanzen macht. Statt dass er mich einfach anruft ....

Dabei könnte die Sache doch ganz einfach sein: Wer, wie, was, wann, wo auch immer in der Druckindustrie etwas für den Umweltschutz tut, ist auf dem richtigen Dampfer! Echt! Es kann doch angesichts des gravierenden, globalen Problems nicht darum gehen, dass man den Kollegen etwas an den Kopf wirft. Tatsache ist, dass im Kampf gegen den Klimawandel zuerst die große Masse mobilisiert werden muss. Und dabei sind wir Druckunternehmer als Informationsdistributoren ganz eindeutig in der Pflicht. Nicht vorab (aber ebenso wie jeder andere Mensch) als Emissionsverhinderer, sondern als Meinungsbildner. Wir haben es in der Hand, unsere Drucksachen für den Transport der Botschaft »klimaneutral« zu missbrauchen und damit penetrant und millionenfach auf den Klimawandel hinzuweisen. Nur so, mit unserer Kernkompetenz, erreichen wir die Massen, und es geschieht eventuell innerhalb nützlicher Frist etwas in Berlin,



Bern, Washington, Peking, in Regensdorf und Andechs/Landkreis Starnberg. Und ob dieses »klimaneutral« nun auf dem Mist von Climate-Partner, Myclimate, ISO, Uno oder der Achse des Bösen gewachsen ist, spielt doch im Hinblick auf das Ziel der Massensensibilisierung keine Rolle. Es kann doch nicht sein, dass der initiale Druckunternehmer erst eine Gewissensprüfung ablegen muss, bevor er etwas Umweltfreundliches in seinem Betrieb unternimmt.

Es liegt mir fern, Ihnen in Ihre Marketingstrategie dreinzureden. Auch ich setze mein Umwelt-Engagement klar und plakativ ([www.klimaneutraldruckerei.ch](http://www.klimaneutraldruckerei.ch)) für das Marketing ein. Als Teilnehmer am Spiel »freie Marktwirtschaft« müssen wir dies schließlich alle tun. Ich wollte Sie nur bitten, Ihr eigenes (herausragendes!) Umweltengagement nicht als alleinseeligmachend zu deklarieren, sondern auch anderen Bemühungen wohlwollend Platz zu lassen. Es gibt nur eine Erde, und wir sollten uns über jeden freuen, der dies erkannt hat und entsprechend handelt.

Natürlich ist es mir völlig klar, dass Sie sich als Umweltschutzpionier (dies ist nicht ironisch gemeint!) aus marktwirtschaftlicher Sicht darüber ärgern, dass Sie Nachahmer haben. Dennoch wäre es schön, wenn wir Drucker im Dienste der großen Sache etwas über den eigenen Gartenzaun hinausblicken könnten. Für Sie, für mich, für die Umwelt.

In diesem Sinne danke ich für Ihre Aufmerksamkeit und wünsche Ihnen Ausdauer und Erfolg mit Ihrem vorbildlich ökologischen Betrieb.

Thomas Hürzeler, Hürzeler AG (Regensdorf/CH)

## Antwort des Kolumnisten

Sehr geehrter Herr Hürzeler,

vielen Dank für Ihren netten und aufrichtigen Brief. Es lag nicht in meiner Absicht, Umweltbemühungen jenseits von EMAS zu verteufeln, sondern auf eine gewisse Ideologisierung (sprich Vereinfachung des Problems) aufmerksam zu machen. Und da wissen Sie so gut wie ich, dass Kompensierung von »Umweltsünden« nur dann Sinn macht, wenn alle anderen Möglichkeiten der Vermeidung ausgeschöpft sind. Etwas anderes zu behaupten, ist nach meinem Kenntnisstand (man braucht sich nur einmal in die Vereinbarungen von Kyoto einzulesen) Augenwischerei, Ablasshandel, was immer Sie wollen. Politik bedeutet leider nicht die Durchsetzung des Möglichen, sondern die Verwaltung des Existierenden. Und weil das so ist, gibt es zum Klimaschutz ebenso viele interessenabhängige Meinungen, wie es Parteien, Lobbyisten, Politiker gibt – leider! Der Konkurrenzdruck ist in Deutschland mindestens so hart wie bei Ihnen, und das Verhalten der Mitbewerber ebenso unkollegial. Natürlich haben Sie Recht mit Ihrer Vermutung, wir würden uns auch aus marktwirtschaftlicher Sicht darüber ärgern, wenn z. B. eine staatliche Vergabestelle Druckereien mit aufwendigen und Druckereien mit weniger aufwendigen Umweltmanagement – und Umweltschutzbemühungen gleichberechtigt listet. Wir sind gerade mit dem bayerischen Umweltministerium in der Diskussion, Vergaberichtlinien auszuarbeiten, die diesen qualitativen Unterschieden Rechnung tragen. Aber in erster Linie geht es uns darum, dem Verbraucher (sprich unserem Kunden) reinen Wein einzuschenken, ihn dafür zu sensibilisieren, welche Möglichkeiten der Vermeidung es gibt und dass Umweltschutz nicht gleich Klimaschutz ist, sondern – wie jede andere menschliche Sache auch – vielen nicht unbedingt hehren Interessen unterliegt.

Wir wissen aus jahrelanger Erfahrung, wovon wir sprechen.

Guido Schmidt, Ulenspiegel Druck GmbH (Andechs)