



Für KBA gehört die Entwicklung umweltorientierter Drucktechnologien seit vielen Jahren zum Tagesgeschäft. So wurden z. B. die ersten Öko-Zertifikate für Rapida-Bogenoffsetmaschinen bereits im Jahr 2000 verliehen

ClimatePartner wurde im September 2006 von Tobias Heimpel und Moritz Lehmkuhl in München gegründet. Die Vision: Die Entwicklung standardisierter Klimaschutz-Prozesse und deren Integration in bestehende Geschäftsanwendungen. Oder anders ausgedrückt: freiwilligen Klimaschutz für Unternehmen sinnvoll gestalten. Das erste Produkt wurde auch gleich ein Erfolg. Mit dem ClimatePartner Druckprozess können Druckereien genau ermitteln, wo welche CO₂-Emissionen im Betrieb und bei der Produktion entstehen, ihre Emissionen zielgerichtet reduzieren und anschließend durch den Erwerb entsprechender Zertifikate ausgleichen. „Im Ausgleich, also der Klimaneutralität entsteht der wirkliche Nutzen“, so Geschäftsführer und Mitinhaber Tobias Heimpel, „denn der Drucker kann plötzlich mit einem Angebot und Service am Markt auftreten, das dem Kunden einen Mehrwert bietet und die Druckerei im Preiswettbewerb unterscheidbar macht.“ Neben Druckereien stellt das schnell wachsende Unternehmen mit inzwischen fünf Auslandsniederlassungen und über 25 Mitarbeitern auch standardisierte Prozesse zur Emissionsberechnung und -kompensation für IT-Unternehmen, Hotels, Mobilität und Events bereit, um nur einige zu nennen.

KBA-Anwender gehen mit ClimatePartner in die Offensive

Inzwischen setzen über 40 Druckereien den ClimatePartner Druckprozess ein, seit Ende vergangenen Jahres sogar von Verbänden wie VSD (Verband der Schwei-

Klimaschutz in der Druckindustrie

KBA und ClimatePartner engagieren sich gemeinsam

Ein Thema sorgt in den letzten Monaten für Schlagzeilen aus dem graphischen Gewerbe: „Klimaneutral Drucken“. Über 40 Druckereien weltweit setzen dabei auf ClimatePartner, ein StartUp-Unternehmen aus Deutschland, das sich als „Strategieberater und Anwendungsentwickler im freiwilligen Klimaschutz“ versteht. Zur drupa 2008 wollen KBA und ClimatePartner gemeinsame Aktivitäten vorstellen. Schon Ende Februar war man zusammen mit anderen Partnern im Rahmen der f.mp.-Roadshow zum Thema Nachhaltigkeit in der Druckindustrie unterwegs.



74 Karat-Anwender Martin Zaklikowski von m.o.druck im baden-württembergischen Schwäbisch-Gmünd arbeitet seit einigen Monaten ebenfalls mit ClimatePartner zusammen und verzeichnet mit dem klimaneutralen Druck wachsenden Erfolg

zer Druckindustrie) und f.mp. (Fachverband Medienproduktions e.V.) offiziell empfohlen. Darunter befindet sich eine wachsende Zahl von KBA-Kunden, beispielsweise der Schweizer Vorreiter im ökologischen Drucken, die Druckerei

Feldegg AG in Zollikerberg, die seit Jahren eine 74 Karat einsetzt und den ökologischen Nutzen aktiv kommuniziert. Aber auch andere innovative Betriebe wie der Rapida 105-Anwender Stieber-Druck in Lauda-Königshofen (siehe dazu Bei-

trag Seite 18), der 74 Karat-Drucker m.o.druck in Schwäbisch Gmünd und andere.

Eines zeigt sich immer deutlicher: Nachhaltigkeit, also ein umfassendes und dauerhaftes Engagement ist gefragt. Ökologie und umweltbewusste Produktion sind längst salonfähig und werden zum überzeugenden Argument in der Kundenkommunikation. Daher sind langfristig Energieeffizienz im Betrieb und im Bereich der Drucktechnik, nachhaltige Forstwirtschaft (FSC und PEFC) sowie Umwelt- und Qualitätsmanagementsysteme (z.B. ISO 9001 und 14001 bzw. EMAS) gefordert. „Kli-



Bereits seit 2001 setzt die Druckerei Feldegg in der Schweiz bei Ihrem ausgeprägten Umwelt-Engagement u. a. auf die wasserlos druckende Digital-Offsetmaschine 74 Karat von KBA. Seit einiger Zeit arbeitete das Unternehmen auch mit ClimatePartner zusammen und hat sich auf dem Gebiet des Öko-Drucks einen hervorragenden Ruf erworben

maneutral Drucken funktioniert wie ein Katalysator in diesem Umfeld“, so Tobias Heimpel, der den Markt intensiv beobachtet und nach Kräften mitgestaltet, „wer Emissionsausgleich macht, muss mittelfristig zeigen, dass er auch bereit ist die Emissionen im eigenen Betrieb zu reduzieren“.

Glaubwürdigkeit und Nachhaltigkeit

Immer wieder fallen in dieser Diskussion die Begriffe „wasserloser Offset“, „emissionsorientiertes Maschinendesign“ und „Reduzierung von Makulatur und Betriebsmitteln“. Auf diesen Gebieten nimmt KBA seit Jahren eine führende Rolle im Markt ein. Die Idee von KBA und ClimatePartner ergänzen sich: Hier innovative Maschinenkonzepte, mit denen sich Druckereien im immer härter werdenden Wettbewerb positionieren können, dort neue Denkansätze, die in Serviceangeboten von Druckereien an ihre Endkunden münden. „Die Glaubwürdigkeit eines Druckbetriebes muss langfristig stimmen, das Konzept muss ganzheitlich sein, dann wird auch der Markt diese Anstrengungen belohnen“, so Tobias Heimpel, der immer mehr Druckereien findet, die sich durch ökologische Kompetenz im Markt abheben wollen. „Erfreulich ist“, so Heimpel weiter, „dass sehr viele Überzeugungstäter darunter sind, also die „grüne“ Ausrichtung auch als ganz persönliche Entscheidung treffen“. KBA-Marketingchef Klaus Schmidt ergänzt: „längst steht ‚grün‘ nicht mehr ausschließlich für die politische, zuweilen etwas wirtschaftsferne Ausrichtung. ‚Grün‘ ist zum Gütesiegel für eine langfristig ori-



Bei dem durch Erlöse aus Emissionszertifikaten geförderten Poza Verde-Projekt in Guatemala werden CO₂-intensive Energieträger wie Heizöl, Diesel oder Kohle durch saubere Wasserkraft für die Stromgewinnung ersetzt

Investition (Ankauf und Stilllegung von Emissionszertifikaten) in anerkannte, hochwertige und zusätzliche Klimaschutzprojekte ausgeglichen werden. Ein Windpark in Indien, Solarküchen in südafrikanischen Townships oder die Energiegewinnung durch Biomasse in Südamerika – es gibt heute zahlreiche Projekte, die überhaupt erst durch die zusätzliche Finanzierung im Rahmen der Klimaneutralität möglich werden.

Heutzutage ist das Engagement für den Umweltschutz ein wichtiges Entscheidungskriterium für eine steigende Zahl von Kunden und Investoren. Die Sicherheit, ein Produkt mit einer guten Umweltleistung zu kaufen, stellt einen Mehrwert für den Konsumenten dar und für die Unternehmenskommunikation ein nicht zu vernachlässigender Aspekt – denn letztendlich muss uns allen daran gelegen sein, der Klimaveränderung im bisherigen Tempo entgegenzuwirken.

Erfolgreiche Roadshow „Klimaneutral Drucken“

Vor diesem Hintergrund beteiligten sich ClimatePartner und sich KBA zusammen mit Enoplan, die Energiewirtschaft und UPM an der vom Fachverband Medienproduktion (f.mp.) im Februar und März dieses Jahres in sieben deutschen Großstädten durchgeführten Roadshow „Klimaneutral drucken“, die mit mehreren hundert Teilnehmern eine sehr gute Resonanz fand. Die dabei gehaltenen Referate zeigten auf, wie Klimaschutz aktiv umgesetzt werden kann. So wurden u. a. die Auswirkungen technischer und verfahrenstechnischer Innovationen sowie der Optimierung von Arbeitsabläufen erörtert. Weitere Vorträge beschäftigten sich mit den Themen Ökostrom, Energieeffizienz, umweltverträgliche Papierproduktion und den verschiedenen Zertifizierungen.

enterte Unternehmenshaltung geworden, die ökologischen Zielen einen ähnlichen Stellenwert einräumt wie ökonomischen. Und das Gute ist, dass sich beide Zielkategorien oft gut vereinbaren lassen.“

Lösungen und Maschinenkonzepte für eine ökologie-orientierte Druckproduktion bewähren sich in der Praxis. Die Papierhersteller tragen mit zahlreichen Initiativen zu einer umweltbewussteren Produktion bei und auch die Farbenindustrie arbeitet mit Hochdruck an diesem Thema. ClimatePartner schafft in diesem Markt, was lange nicht funktionierte: die Bündelung der zahlreichen Aktivitäten in einem Marktangebot, mit dem sich der Drucker profilieren und unterscheiden kann. Druckkunden erhalten nicht nur Versprechungen, sondern eine konkrete Zahl, den CO₂-Fußabdruck ihrer jeweiligen Druckerzeugnisse.

Wie funktioniert eigentlich „Klimaneutral Drucken“

Ausgehend vom Konzept der Klimaneutralität, also dem Ausgleich von unvermeidbaren CO₂-Emissionen durch Einsparung an anderer Stelle, können auch Drucksachen

klimaneutral hergestellt werden. Klimaneutral Drucken ist also ein „ganz normales“ Angebot, wie klimaneutral fliegen oder klimaneutral Auto fahren.

Als Grundlage für die Klimaneutralität muss eine detaillierte Emissionsbilanz der jeweiligen Drucksache erstellt werden. Neben der Berücksichtigung der herstellungsseitigen CO₂-Emissionen (z. B. durch Energieverbrauch, Logistik, Verwaltung oder Reinigungsmittel) fließen auch individuelle Parameter des jeweiligen Druckerzeugnisses (Auflage, Farbigekeit, Transport und ganz wichtig: Papier) in die Gesamtberechnung ein. Mit den „ClimatePartner Emissionsklassen für graphische Papiere“ gibt die Münchener Strategieberatung einen Blick in die Zukunft: Denn bei der Papierherstellung entstehen CO₂-Emissionen in sehr unterschiedlicher Höhe von weniger als 500 Kilogramm CO₂ pro Tonne bis zu 3.000 Kilogramm CO₂ pro Tonne.

Zuverlässiger Ausgleich der Emissionen

Ist die Berechnung der CO₂-Emissionen erfolgt, können diese durch



Mehrere hundert Teilnehmer verzeichnete die vom f.mp. organisierte Roadshow „Klimaneutrales Drucken“ durch sieben deutsche Großstädte, an der sich ClimatePartner, KBA, Enoplan, die Energiewirtschaft und UPM beteiligten. Die Veranstaltungsreihe begann am 27. Februar in Münster und endete am 8. April in Frankfurt am Main. Die Fotos entstanden am 6. März in Hamburg

Uwe Pagel
theimpel@climatepartner.com