

DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

Das war die drupa 2024

Weitere Themen

WE.LOVE.PRINT – Jetzt einsteigen!

Tarifabschluss in der Druckindustrie

Neue Maßstäbe für Umweltschutz

Umweltbewusstsein als Markenzeichen

Das Umweltdruckhaus Hannover hat sich der nachhaltigen Druckproduktion verschrieben. Als größten Pain Point nennt Inhaber und Geschäftsführer Thomas Rätzke nach 30 Jahren als Unternehmer noch immer, mehr Ideen zu haben, als er umsetzen kann. Getragen von einem klaren Markenkern behauptet sich die Druckerei im Spannungsfeld zwischen industrieller Großproduktion und Nische und punktet dabei vor allem mit Authentizität und regionaler Verbundenheit.

Das Umweltdruckhaus Hannover ist ein Pionier in der umweltfreundlichen Druckproduktion. Das 1994 gegründete Unternehmen startete einst mit einer Handvoll Mitarbeitenden im Kleinoffset und bedruckt inzwischen an drei eigenen Produktionsstandorten fast alles, was sich bedrucken lässt.

Alles auf Nachhaltigkeit

Die Entwicklung zum heutigen Markenkern begann für das Umweltdruckhaus 2006/2007, als Rätzke als einer der Ersten die Kompensation unvermeidbarer CO₂-Emissionen in der Druckproduktion anbot. Er setzte darauf, Umweltorganisationen und andere Stakeholder als Kunden zu gewinnen. Die Kontakte kamen schnell und zahlreich zustande, aber er merkte bald, dass er mit CO₂-neutralisierten Produkten allein nicht beeindrucken konnte.

Zum Überzeugen brauchte es mehr. So folgte Baustein für Baustein auf dem Weg zu einem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz in Strukturen, Prozessen und Systemen. Sei es, dass die Druckerei schon sehr früh ausschließlich Ökostrom bezog, seit 2018 zu größten Teilen aus der eigenen Photovoltaikanlage, oder dass der eigene Fuhrpark konsequent auf Elektromobilität umgestellt wurde, als die Batterietechnologie noch in den Kinderschuhen steckte. Mit dem Umweltdruckhaus gehörte Rätzke überall zu den Ersten, die das Thema Nachhaltigkeit weiterdachten. „Wir haben uns Schritt für Schritt Kompetenz und Glaubwürdigkeit erarbeitet und unsere heutige DNA aufgebaut. Wir sprechen unsere Kunden jedoch nie mit erhobenem Zeigefinger an, sondern versuchen, ihre Wünsche zu verstehen und diese in einer beratenden Rolle umweltschonend umzusetzen.“



Am Produktionsstandort Hannover-Langenhagen wird auch Fahrzeugfolierung angeboten. Ob Autos, Busse oder sogar Schiffe wie hier auf dem Maschsee Hannover – das Wrapping erfolgt grundsätzlich mit PVC-freier Folie.



Thomas Rätzke vom Umweltdruckhaus Hannover

Networking ist Chefsache

Dass die Auftragsbücher auch in einem für die Branche schwierigen Umfeld gut gefüllt sind, ist nicht zuletzt Rätzkes Netzwerken zu verdanken. So ist er nicht nur innerhalb der Branche bestens vernetzt und setzt auf Austausch und Kooperation, er leitet auch das BNI Hannover, Teil des weltweiten Business Network International, das sich auf Empfehlungsmarketing spezialisiert hat. Hier wird Unternehmern eine Plattform geboten, um durch wöchentliche Treffen und gezielte Empfehlungen neue Geschäftskontakte zu knüpfen und den Umsatz zu steigern.

Darüber hinaus engagiert sich Rätzke mit dem Umweltdruckhaus stark im Sponsoring des regionalen Sports. Aus seinen Netzwerken leitet er erfolgreich tragfähige Geschäftsbeziehungen für seine Druckerei ab. Rätzke ist einfach ein Mensch, mit dem man gerne spricht. Gutes tun und darüber reden, das ist sein Ding. Die Voraussetzungen im Betrieb schaffen seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: „Das alles wäre nicht möglich ohne mein Team, das sich hier jeden Tag mit großer Zuverlässigkeit und viel Herzblut unseren Kundenaufträgen widmet, sodass ich mich um den Aufbau und die Pflege der Geschäftsbeziehungen kümmern kann. Für das Tagesgeschäft werde ich einfach nicht mehr gebraucht.“

”

84 Prozent der grafischen Papiere werden recycelt. Print ist Recycling-Weltmeister!“

Thomas Rätzke

Grün drucken mit dem Blauen Engel

Dass der Druckindustrie trotz aller Initiativen der Ruf des Umweltsünders anhaftet, weiß auch Rätzke. Umso wichtiger seien gute Argumente und eine klare Kommunikation. Die Nachhaltigkeitskampagne Umwelt.Bewusst.Gedruckt der Verbände begrüßt er daher sehr.

Zu Umweltzertifikaten als Glaubwürdigkeitsnachweis hat Rätzke allerdings ein gespaltenes Verhältnis. Eine Ausnahme stellt für ihn der Blaue Engel dar, der von der Bundesregierung getragen und vom Umweltbundesamt fachlich betreut wird. „Beim Blauen Engel stehen die hohen ökologischen Standards im Vordergrund und nicht die wirtschaftlichen Interessen der Zertifizierer“, begründet Rätzke. So nahm das Umweltdruckhaus die Herausforderung Blauer Engel mitten in der Coronapandemie an. Starke Nerven und viel Geduld waren gefragt, denn der Prozess bis zum Zertifikat dauerte stolze 889 Tage. „Im letzten Jahr gehörten wir schließlich zu dem einen Prozent der Druckereien in Deutschland, die dieses Siegel des Umweltministeriums tragen dürfen. Mit ein bisschen Recyclingpapier war es aber noch lange nicht getan.“ Die Verwendung von Recyclingpapier ist seither immer die erste Empfehlung, Kundenwünsche nach anderen Papieren werden auch weiterhin erfüllt. „Ökologie und Ökonomie müssen sich partnerschaftlich ergänzen, nur dann wird ein Umdenken mit messbarem Impact stattfinden“, fasst Rätzke zusammen. ■

06 — PRINT KOMMT AN

Käufer, Nutzer, Leser

14 — WIRTSCHAFT

Druckindustrie in schwierigem Fahrwasser

16 — WE.LOVE.PRINT.

Jetzt in die Zukunft der Branche investieren!

18 — DER NUTZEN

Erinnerungen noch einmal erleben

20 — UMWELT

- » Mitmachen statt nix machen!
- » Neue Maßstäbe für Umweltschutz auf der drupa

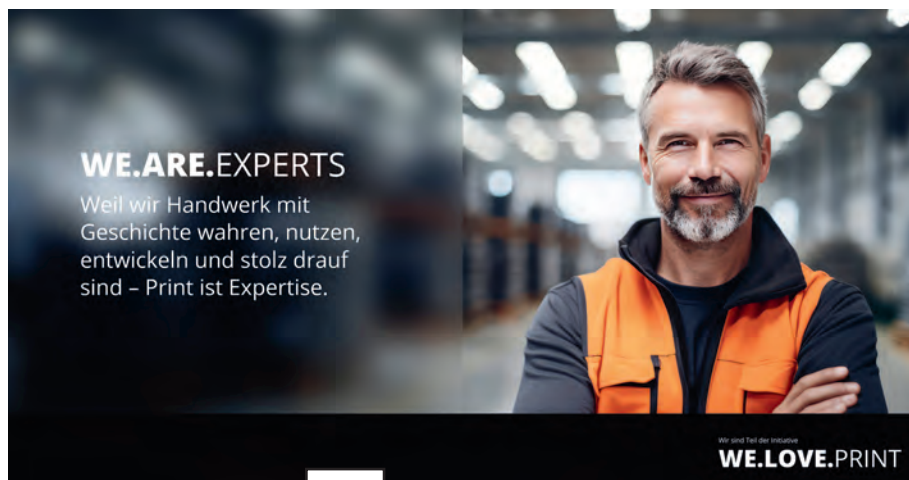
22 — DIE FIRMA

Umweltbewusstsein als Markenzeichen



Seite

22



Seite

16

25 — DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL

Aus für die Arzneimittel-Packungsbeilage?

26 — TARIF

Tarifverhandlungen der Druckindustrie 2024

28 — NÜTZLICH

Informationen aus den Verbänden

30 — AUSBILDUNG

Neue Azubis braucht die Branche!

32 — PRINT ACADEMY

Eigenständig lernen – mit der Print Academy

33 — PAPERCONNECT

Zu hohe Papierkosten vermeiden!

34 — VDM BERATUNG

Höchste Qualität im Digitaldruck

36 — RECHT

Urteil des BAG zur Bezahlung von Minijobbern

38 — TERMINE

Regionale, nationale und internationale Branchenveranstaltungen

Wir hoffen, dass Ihnen die achtundzwanzigste Ausgabe des Magazins der Druck- und Medienverbände gefällt und es Ihnen NUTZEN bringt. Möchten Sie uns Feedback geben, Kritik äußern oder Anregungen mitteilen?

Schreiben Sie uns an
nutzen@bvdm-online.de

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!

