

Julia Bräunig

DAS PURPOSE BUSINESS PRINZIP

In 8 einfachen Schritten zu deinem sinnstiftenden,
erfüllenden & nachhaltig erfolgreichen Business



EXTRA: MIT 10
INTERVIEWS

• INTERVIEWS •

Lass dich inspirieren!



**dieUmwelt
Druckerei**

*Einfach.
Nachhaltig.*

Neu:
Circle Offset
Premium White
ist ab sofort
Blauer Engel
zertifiziert!

www.dieUmweltDruckerei.de

Papiermuster

IM INTERVIEW: KEVIN VON DER UMWELTDRUCKEREI

dieUmweltDruckerei ist eine ökologische Printplattform, die seit 2009 eine umfangreiche Auswahl von Druckprodukten herstellt: Von Flyern und Visitenkarten bis hin zu Postern, Büchern, Stickern, Bürobedarf und vielem mehr.



Ich spreche mit Kevin Riemer-Schadendorf, dem Leiter für Nachhaltigkeit und Kommunikation.

Online: www.dieumweltdruckerei.de

Kevin Riemer-Schadendorf
Leiter für Nachhaltigkeit &
Kommunikation

Wofür steht dieUmweltDruckerei? Was war der Antrieb für deren Gründung?

Wir verfolgen seit unserer Gründung im Jahre 2009 einen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz. Das heißt, wir streben danach, sämtliche Bereiche der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit als integrierte Strategie umzusetzen. Wir verstehen diesen Ansatz nicht als Ziel, sondern als steten Prozess und freuen uns, diese Ambition in sämtlichen Unternehmensbereichen mit großem Engagement weiterzuentwickeln. Unter dieser Prämisse möchten wir für jede*n einen qualitativ hochwertigen Druck zu fairen Preisen online ermöglichen.

Wir verwenden ausschließlich 100 % Recyclingpapiere. Die von uns eingesetzten Druckfarben sind vegan und die mineralöhlhaltigen Bestandteile sind durch Zutaten auf Basis nachwachsender Rohstoffe ersetzt. Wir arbeiten mit Strom aus erneuerbaren Energien. Alle unvermeidbaren CO2-Emissionen, die im gesamten Druckprozess und beim Versand entstehen, kompensieren wir und unsere Partner durch Investitionen in Klimaschutzprojekte. Zudem versuchen wir, den Einsatz von Zusatzstoffen möglichst gering zu halten, reduzieren so weit als möglich unseren Müll und engagieren uns für sozio-kulturelle Projekte und den Artenschutz.

Warum ist ein Umdenken im Druckbereich nötig und wie kann es gelingen?

Konventionelle Druckereien setzen eher auf Preis und Quantität statt auf Nachhaltigkeit und Qualität. Nehmen wir den Papiereinkauf. Es wird kaum Recyclingpapier angeboten, sondern auf eine unnötige Vielfalt an Frischfaserpapieren gesetzt. Pro Kundenbestellung wird das jeweilige Frischfaserpapier in kleinsten Chargen beim Händler bestellt. Dafür muss mehrmals ein großer LKW des jeweiligen Papierhändlers vor die Druckerei gefahren, um vielleicht eine Viertel Europalette anzuliefern. Die CO₂-Transportbilanz ist neben der schlechteren Energie- und Wasserbilanz des Frischfaserpapiers immens und sowohl aus ökonomischer als auch ökologischer Perspektive völlig sinnlos.

Warum gibt es deiner Meinung nach so wenige umweltfreundliche Druckereien? Könntest du dir vorstellen, dass irgendwann ALLE Druckereien nachhaltig produzieren?

Konventionelle Printmedien anzubieten, ist der leichtere Weg. Ein Kunde möchte ein bestimmtes Papier. Der Kunde erhält das gewünschte Papier. Egal, ob es umweltfreundlich ist oder nicht. Unsere Papiersorten sind bewusst begrenzt, das wir nur die ökologischsten Papiere anbieten. Wir müssen unsere Kund*innen überzeugen von der Qualität der Recyclingpapiere und warum sie für ein ökologisches Printprodukt etwas mehr ausgeben müssen, da wir die Umweltkosten eben nicht externalisieren. Ökostrom, Klimaneutralität, Bio-Farben und Recyclingpapiere haben eben ihren Preis.

So lange beispielsweise Ökostrom subventionsbedingt noch immer teurer ist als fossiler Strom und Druckereien monothematisch den niedrigsten Preis anbieten möchten, wird weiterhin ein konventioneller Druck angeboten. Letztlich entscheidet jedoch die Kund*in, ob sich ökologischer Druck zukünftig durchsetzen wird.

”

Nur wer selbst
Nachhaltigkeit lebt,
kann auch authentisch
nachhaltige Produkte
anbieten.

KEVIN RIEMER-SCHADENDORF
dieUmweltDruckerei

Warum sollte ein Geschäftsmodell immer auf den eigenen persönlichen Werten aufgebaut sein und warum ist unternehmerische Authentizität so wichtig?

Ein Produkt, egal in welcher Branche, hinter dem selbst die Unternehmer*in nicht steht, wird auch die Kund*innen nicht überzeugen. Nur wer selbst Nachhaltigkeit lebt, kann auch authentisch nachhaltige Produkte anbieten.

Auf welchen Prinzipien beruht euer Business-Prinzip? Sind Mitarbeiter*innen am Unternehmen beteiligt und inwieweit können diese sich einbringen?

Finanziell sind die Mitarbeiter*innen nicht beteiligt. Wir sind eine GmbH mit zwei Geschäftsführern und leitenden Angestellten. Doch von einer Hierarchie halten wir wenig. Ein Azubi kann bei der Geschäftsführung genauso Verbesserungsvorschläge anregen wie die Leiterin der Kundenberatung. Bei der Auswahl unserer Mitarbeiter*innen sind wir darauf bedacht, ein möglichst ausgewogenes Team zu beschäftigen. Derzeit sind beispielsweise 63 % Frauen bei der UmweltDruckerei angestellt. Die Führungspositionen sind mit jeweils 50 % Frauen und Männern besetzt. Sofern es die Tätigkeit erlaubt, bieten wir als familienfreundliches Unternehmen darüber hinaus die Möglichkeit, von zu Hause aus zu arbeiten. Bei der UmweltDruckerei arbeiten derzeit 68 % der Angestellten in Teilzeit und/oder im Homeoffice.

Was macht in deinen Augen ein sinnstiftendes, erfüllendes Geschäftsmodell aus?

In einem Satz: Nicht ein Teil des Problems zu sein, sondern ein Teil der Lösung! Umweltverschmutzung und der Klimawandel sind globale Probleme. Die Druckbranche verbraucht viel Holz, Wasser und Energie, womit sie ein Mosaikstein eines weltweiten Problems ist. Die Herstellung von Recyclingpapier spart 100 % Holz, 70 % Wasser und 60 % Energie gegenüber Frischfaserpapier. Unsere CO₂-Bilanz verbessert sich zusätzlich durch ein effizientes Transportsystem und der Nutzung von 100 % Ökostrom. Wir schützen durch den 100 % Einsatz von Recyclingpapier im Jahr etwa 1.400 Bäume vor der Abholzung, was der Fläche eines Waldes von rund fünf Fußballfeldern entspricht. Im Jahr 2020 haben wir insgesamt 1.621 Tonnen CO₂ kompensiert. Das entspricht den CO₂-Emissionen von rund elf Millionen Kilometer mit dem Auto; also gut 275-mal um die Erde.

Gibt es absolute No-Gos, also Kooperationen bzw. Kund*innen, die ihr aktiv ablehnen würdet?

dieUmweltDruckerei ist GreenBrands zertifiziert, was uns an gewisse Ausschlusskriterien bindet, die wir vollumfänglich unterstützen. Wir drucken keinerlei Printprodukte, die rechtes Gedankengut, Homophobie und Sexismus fördern. Inhalte, die augenscheinlich Verschwörungstheorien befürworten und somit wider zum wissenschaftlichen Kenntnisstand stehen, werden nicht gedruckt. Auch Druckaufträge, die jedwede Art von Tierschutz- und Menschenrechtsverletzungen, kontroverses Umweltverhalten und die Rüstungsindustrie unterstützen sowie den Lobbyismus für Kohle- und Atomenergie fördern, schließen wir kategorisch aus.

Sind bei euch alle Komponenten des Unternehmens umweltfreundlich, beispielsweise auch innerhalb der Büroräume? Wie genau setzt ihre das um?

Die Verköstigung der UmweltDruckerei-Mitarbeiter*innen erfolgt über unsere Partner*innen. Frisches Bio-Obst und Bioland-Milch beziehen wir über den regional ansässigen Elbers-Hof. Mit fairtrade-zertifizierten Bio-Kaffee versorgt uns Café Chavalo, womit regionale Bildungsprojekte in Nicaragua unterstützt werden. Unsere Limo kommt von Lemonaid, dadurch werden weltweite Entwicklungsprojekte finanziert. Sofern wir kein Leitungswasser konsumieren, beziehen wir unser Wasser über unseren Partner Viva con Agua und unterstützen damit weltweit soziale Trinkwasser-Projekte. Komplettiert wird unser nachhaltiger Einkauf durch den Bezug öko-fairer Büroartikel der memo AG.

Was sind deiner Meinung nach die drei wichtigsten Kriterien für ein stabiles, nachhaltig erfolgreiches Unternehmertum in der heutigen Zeit?

Qualität. Spezialisierung. Nachhaltigkeit. Letzterer Punkt bewertet wirtschaftliche, soziale und ökologische Unternehmensziele als gleichberechtigt.

Welche Marketing-Aktivitäten nutzt ihr? Ist auch hier Authentizität wichtig und wie setzt ihr das um?

Wir nutzen diverse Offline- und Onlinekanäle. Von Nachhaltigkeitsmessen über Newsletter bis zu den sozialen Medien versuchen wir crossmedial präsent zu sein, um eine nachhaltige Entwicklung anzustoßen. Bei Facebook haben wir beispielsweise 33.000 Follower*innen – und das als kleine Öko-Druckerei. Diesen Support sehen wir als Kompliment, dass wir unsere Werte glaubwürdig nach außen vertreten.

Wie wichtig ist der persönliche Kontakt sowie ein qualitativer Kundenservice und warum?

Die kompetente Beratung unserer telefonischen Kundenbetreuung ist maßgebend für unseren Erfolg! Auch der persönliche Kontakt auf den Nachhaltigkeitsmessen sorgt immer wieder für neue Impulse und Inspirationen, die wir nicht missen möchten.