

Grüne Seiten

Immer mehr Unternehmen achten beim Druck des Geschäftsberichts auf Nachhaltigkeit

Von Lars Monshausen, Gründer und Inhaber, visuphil design studios



Lars Monshausen

In Zeiten, in denen Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit zunehmend wirtschaftliches Handeln bestimmen und zum Verkaufsargument werden, spielt Umweltbewusstsein in der Printproduktion eine immer größere Rolle. Auch beim Druck des Geschäftsberichts setzen Unternehmen zunehmend auf Grün.

Geschäftsberichte sind eine wesentliche Referenz in der Außendarstellung börsennotierter Unternehmen. Über Jahre ist der Aufwand bei ihrer Erstellung gestiegen: Die Imageteile wurden umfangreicher, die Materialien hochwertiger, die Verarbeitung aufwendiger.

Mit Einzug der elektronischen Medien hat der gedruckte Bericht zwar etwas von seiner Bedeutung für die termingerechte Veröffentlichung des Abschlusses verloren. Nahezu alle Unternehmen veröffentlichen vor oder zeitgleich mit dem gedruckten Geschäftsbericht eine Online-Version im Internet. Doch gänzlich auf den haptischen Eindruck verzichten möchte nach wie vor kaum eine Gesellschaft.

Verantwortungsbewusstsein für Klima und Umwelt können Unternehmen beim Geschäftsbericht im Wesentlichen an drei Punkten demonstrieren:

1. bei der Herkunft des Grundstoffs Papier
2. im Produktionsprozess
3. mit Blick auf den Emissionsausgleich

Grundstoff Papier

Der Einsatz von Papier aus zertifizierter Holzwirtschaft ist eine der am häufigsten genutzten Möglichkeiten, mit denen insbesondere große Unternehmen ihrem gestiegenen Umweltbewusstsein bei Geschäftsberichterstellung Ausdruck verleihen. Schon in mehr als der Hälfte der Geschäftsberichte der DAX 30-Unternehmen findet sich das Siegel des Forest Stewardship Council (FSC), einer Initiative, die sich für den Erhalt der Wälder durch verantwortungsvolle Waldwirtschaft zum Ziel gesetzt hat.

FSC-Papiere werden heute über eine Vielzahl von Papierherstellern angeboten. Bei der Auswahl helfen Druckereibetriebe mit entsprechender FSC-Zertifizierung. Zu beachten ist, dass das FSC-Siegel nicht gleichzusetzen ist mit 100% Umweltschutz: Das FSC-Prädikat dokumentiert nur den ökologisch korrekten Rohstofffluss bis zum Drucker. Es bedeutet nicht, dass das Papier oder der Bericht besonders umweltschonend produziert worden sind. Häufig werden auch gemischte Zellstoffe verwendet, bei denen nur ein Teil aus dokumentierter FSC-Quelle stammt („FSC Mix“).

Strenge Maßstäbe

Auch bei den zunehmend gefragten Papieren mit PEFC-Siegel (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) handelt es sich lediglich um eine Zertifizierung der Waldbewirtschaftung, nicht des Produktionsprozesses für das Papier. Anders als beim FSC-Siegel werden hier nicht einzelne Waldbesitzer, sondern ganze Regionen registriert.

Wer beim Papier härtere Kriterien an eine umweltschonendere Produktion anlegt, muss nach „echten“ Umweltsiegeln Ausschau halten wie etwa dem „Blauen Engel“. Gegründet 1977, ist es zwar das älteste, aber keineswegs das altmodischste Siegel

TAB. 1 : PAPIER-SIEGEL

ANBIETER	INTERNETADRESSE	ZERTIFIZIERUNG DES
FSC	WWW.FSC-DEUTSCHLAND.DE	ROHSTOFFFLUSSES (ZELLSTOFF)
PEFC	WWW.PEFC.DE	ROHSTOFFFLUSSES (ZELLSTOFF)
UMWELT-SIEGEL		
BLAUER ENGEL	WWW.BLAUER-ENGEL.DE	GESAMTEN PRODUKTIONSPROZESSES
ECO LABEL	WWW.ECO-LABEL.COM/GERMAN/	GESAMTEN PRODUKTIONSPROZESSES
SWAN LABEL	WWW.SVANEN.NU/ENG/	GESAMTEN PRODUKTIONSPROZESSES
KLIMANEUTRALES DRUCKEN		
BVDM	WWW.BVDM-ONLINE.DE	FIRST CLIMATE
NATUREOFFICE	WWW.NATUREOFFICE.COM	FIRST CLIMATE, MYCLIMATE, CO2OL E.V.
CLIMATE PARTNER	WWW.CLIMATEPARTNER.DE	DIVERSE ANBIETER

Quelle: visuphil design studios



für umweltschonende Produktion. Es steht für den sparsamen Einsatz von Rohstoffen (100% Altpapier), geringen Energieverbrauch und für den Verzicht auf umweltbelastende Chemikalien wie Färbe- und Bleichmittel. Ähnlich strenge Maßstäbe wie der Blaue Engel legen das europäische Eco-Label und das skandinavische Swan Label an.

Der Produktionsprozess

Orientierung bei der Auswahl eines Druckdienstleisters, der für eine effiziente Produktionskette steht, geben unter anderem die ISO-Normen: die bereits gängige ISO 9001 für Qualitätsmanagement sowie der Prozessstandard beim Offsetdruck ISO 12647 und die internationale Umweltmanagementnorm ISO 14001. Anhaltspunkte für umwelt- und energieschonende Verfahren können zum Beispiel Druckfarben auf Basis nachwachsender pflanzlicher Rohstoffe, der Einsatz von Druckmaschinen mit niedrigem Energieverbrauch oder besonders optimierte Druckabläufe sein.

Natürlich kann vor allem das Unternehmen selbst entscheidend Einfluss auf die Umweltbilanz seines Geschäftsberichts nehmen. Während sich die Berichte früher noch im Veredelungsgepränge überboten, ist heute eher einer Mix aus überzeugender Gestaltung und reduziertem Verarbeitungsaufwand gefragt, der den verantwortungsbewussten Umgang mit Ressourcen zeigt.

Klimaneutrales Drucken

Mit der Angabe „klimaneutral gedruckt“ dokumentieren Unternehmen, dass sie den Geschäftsbericht in ihre Nachhaltigkeitsstrategie integriert haben. Hier geht es darum, den von der Papierherstellung bis zur Endlogistik erzeugten CO₂-Ausstoß über den Ankauf und die Stilllegung von Klimaschutzzertifikaten zu neutralisieren.

Im Bereich Druck gibt es verschiedene Anbieter, die den Carbon Footprint von Printprodukten erfassen. Zu den größten zählen die Klimainitiative des BVDM (Bundesverband Druck und Medien) sowie die privaten Anbieter naturOffice und Climate Partner. Das Prinzip ist weitgehend identisch: Über einen CO₂-Rechner wird der CO₂-Ausstoß eines Druckauftrags ermittelt. Die Druckerei oder der Kunde selbst können dann den bilanzierten CO₂-Wert ausgleichen, indem sie Zertifikate aus Klimaschutzprojekten erwerben.

Fazit

Verantwortungsbewusste Geschäftsberichtsproduktion hat viele Facetten. Vermeiden, reduzieren oder ausgleichen? – Die Antwort auf die Frage, in welchem Stadium das Unternehmen sein Ökologiebewusstsein ins Spiel bringt, hängt wesentlich von der Nachhaltigkeitsstrategie insgesamt ab. Schon kleine Schritte tragen dazu bei, dass der Bericht in jedem Jahr ein bisschen grüner wird.

> Kapitalmarktberatung

- Erarbeitung einer erfolgreichen Finanzierungsstrategie
- Verbesserung des Finanzmarktauftritts
- Aktive Umsetzung der Equity Story
- Maßnahmenentwicklung und -umsetzung bei der Optimierung der Marktkapitalisierung
- Durchführung von Kapitalmaßnahmen

> IPO-Beratung

- Prüfung und Herstellung der Börsenreife
- Entwicklung der Equity Story
- Erarbeitung des Informationsmemorandum mit Abschätzung des Unternehmenswertes
- Ermittlung eines marktfähigen Börsenkurses
- Begleitung im gesamten IPO-Prozess

Die COREvalue, eine gemeinsame Beratungsgesellschaft dreier erfolgreicher Unternehmer und Kapitalmarktberater:



Pierre Drach



Günter Kaehlert



Prof. Dr.
Jürgen Wegmann



COREvalue GmbH
Senckenberganlage 10-12
60325 Frankfurt am Main

Tel: 069. 971 490 15 • Fax: 069. 971 490 90
E-Mail: info@corevalue.de • www.corevalue.de