



Voller Einsatz für Klimaneutralität

Der Printing-Spezialist Concept GmbH hat neben seiner herstellerunabhängigen Beratung das Thema Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt gerückt. Im Gespräch mit FACTS erklärt Concept Sales Manager Europe Dirk Husinga, wie ernst es ihm und seinem Unternehmen damit ist.



GREENWASHING NICHT ERWÜNSCHT:
Das Green-Print-Label der Concept GmbH

Nachhaltigkeit – das Wort ist heute in aller Munde: Wir wollen eine nachhaltige Ökonomie, nachhaltige Bildung und überhaupt eine insgesamt nachhaltige Gesellschaft. Das Thema hat einen festen Platz in der Medienberichterstattung, in der Politik und in der Wirtschaft. Aber seine Omnipräsenz hat auch Nachteile: Der Begriff wird inflationär gebraucht.

Dass Concept Sales Manager Europe Dirk Husinga dieses Thema nicht als Marketing-Floskel begreift, sondern absolut ernst nimmt, merkt man ihm gleich an. „Am besten ist es, wenn man Prozesse überdenkt und auf diese Weise immer weniger druckt“, ist er überzeugt. Der Vertriebsmann, der zu Kundenterminen immer mit seiner Bahncard 100 und dem öffentlichen Nahverkehr anreist, ist definitiv kein Freund von Greenwashing. „Wir wollen unsere Kunden dabei unterstützen, die Zahl ihrer Ausdrücke ernsthaft zu reduzieren.“ Dort,

wo drucken unvermeidlich sei, werde den Anwendern stets die passendste und nachhaltigste Lösung empfohlen.

EINDEUTIGE AUSWAHL

Damit die Concept-Kunden auf einen Blick erkennen können, welche Geräte besonders nachhaltig sind, entwickelte das Unternehmen ein eigenes Label. Es macht Nachhaltigkeit sichtbar, denn nur die klimafreundlichsten Produkte erhalten das „Green-Print-Label“. Es informiert auf einen Blick über Energieverbrauch, CO₂-Ausstoß und den möglichen, entstehenden Abfall. „Dies ist kein Siegel eines Herstellers und auch nicht von einer Organisation wie dem ‚Blauen Engel‘, sondern von der Concept GmbH. Das Label ist beliebt bei den regionalen Endkunden und darüber hinaus bei den Partnern des angeschlossenen Servicenetzwerk LKS. Bundesweit ma-

chen bereits zehn LKS-Partner mit und nutzen das Green-Print-Label ebenfalls“, erläutert Husinga. Concept hat das Prüfsiegel Ende 2019 eingeführt.

Keinen Hehl macht Husinga daraus, dass bisher ausschließlich Inkjet-Geräte das Green-Print-Label erhalten haben und er diese auch präferiert. „Die Tintentechnologie ist durchweg wesentlich nachhaltiger. Die Geräte verbrauchen weniger Strom, sie geben nahezu keine Wärme ab, das Abfallvolumen ist gering und weil weniger Bauteile verwendet werden, sind auch weniger Technikereinsätze notwendig“, gibt er zu bedenken. Doch auch Laserdrucker-Anbieter ermöglichen ihren Kunden durch Maßnahmen wie etwa die Anpflanzung neuer Wälder, den ökologischen Fußabdruck zu kompensieren. „Zu kompensieren ist gut“, sagt Husinga, „aber Einsparung ist besser!“

INKJET-ANTEIL GEWACHSEN

Husinga weiß, dass Inkjet-Drucker dennoch nicht jeden Anwendungsbereich abdecken und somit noch Laserdrucker gekauft oder geleast werden. Aber der Concept GmbH ist es in den vergangenen zwei Jahren gelungen, Kunden zum Nachdenken zu bewegen. Während Businessanwender früher fast ausschließlich Laserdrucker nutzten, beziffert der Vertriebsmann heute den Inkjet-Anteil bei seinen Kunden auf 75 Prozent.

„Unternehmen müssen transparenter werden.“

DIRK HUSINGA,
Concept Sales Manager Europe,
Concept GmbH



Im Gespräch mit FACTS betont Husinga: „Wir fragen im Beratungsgespräch genau nach und können unseren Kunden nicht ohne Alternativen aufzuzeigen die mehr als 40 Jahre alte Lasertechnologie empfehlen, die ökologisch in jeder Hinsicht schlechter abschneidet.“ Sollte ein Laserdrucker in Ausnahmefällen praktikabler sein, dann ist der CO₂-Fußabdruck entscheidend. Concept empfiehlt ausschließlich Produkte mit langen Serviceintervallen und Tonerreichweiten. Das spart Rohstoffe, so gut es aktuell möglich ist.

Neben der Wirtschaftlichkeit gibt Dirk Husinga zu bedenken, dass man nicht das große Ziel Klimaneutralität aus dem Blick verlieren sollte. „Deutschland will im Jahr 2045,

also in 23 Jahren, klimaneutral sein. Bis 2030 soll der CO₂-Ausstoß aber schon um 65 Prozent im Vergleich zu 1990 gesunken sein – und bis dahin sind es keine acht Jahre mehr.“ Es bestehe deshalb Handlungsbedarf. Husinga weiter: „Immer mehr Unternehmen müssen transparenter werden und auch gegenüber Geschäftspartnern offenlegen, wie es bei ihnen in Sachen Klimaneutralität aussieht. Sein Fazit: Ein hoher CO₂-Ausstoß kostet Unternehmen künftig immer mehr Geld. Echte ökologische Nachhaltigkeit ist deshalb unabdingbar. In Sachen Printing-Lösungen dürfte die Concept GmbH hier bundesweit eine der ersten Adressen sein.“

Folker Lück ■

interview „Tu Gutes und sprich darüber“

Gespräch mit Alexander Fischer,
Leiter EDV, Gemeinde Reichertshausen



FACTS: Setzen Sie in der Gemeindeverwaltung noch stark auf papiergebundene Prozesse oder wird hier vieles schon digital abgewickelt?

Alexander Fischer: Die Behördengänge werden bei uns von Jahr zu Jahr immer digitaler und die Möglichkeit für die Bürger, Ihre Anliegen an uns weiterzutragen, wird auch immer attraktiver. Viele Behördengänge können über unsere gemeindliche Homepage auch online abgearbeitet werden. Seit Mitte 2021 ist die Gemeinde Reichertshausen mit dem Landratsamt Pfaffenhofen auch im Pilotprojekt „Digitale Bauanträge“. Dadurch wird nun auch ein sehr großer „Papierprozess“ ins Digitale umgestellt.

FACTS: Haben sie beim Thema Drucken/Scannen selbst Optimierungsbedarf ausgemacht, oder ergab sich das durch das Beratungsgespräch mit Concept?

Fischer: Durch die sehr gute Zusammenarbeit mit der Firma Concept aus Reichertshofen konnte man mit den abgeschlossenen Verträgen immer großen Wert auf Nachhaltigkeit legen. Hierbei wird auch insbesondere auf Umweltbelastungen geachtet. Auch die Stromkosten wurden verringert.

FACTS: Stichwort „Green Print“-Label: Warum ist es Ihnen wichtig, die Verwendung von „grüner“ Technologie auch nach außen sichtbar zu machen?

Fischer: Hierzu möchte ich Ihnen gerne als Begründung das Sprichwort „Tu Gutes und sprich darüber“ nennen. Der Gemeinde ist es einfach wichtig, dass wir als öffentliche Hand auch unserer Vorbildfunktion gerecht werden. Nicht ohne Grund nennt sich unser Slogan „... hier fühl ich mich wohl“.