

Erler+Pless

»DIE KUNDEN VERLANGEN GRÜNE LÖSUNGEN«

kommentiert Simon Pless, Geschäftsführer der Erler & Pless GmbH die Entscheidung, mit seinem Unternehmen am Ökoprofit-Programm der Stadt Hamburg teilzunehmen.

Herr Pless, wie kam es in Ihrem Hause zu der Entscheidung, sich verstärkt um den Umweltschutz Gedanken zu machen?

Zunächst muss ich sagen, dass bei uns im Hause noch nie mit Lösemitteln gedruckt wurde – ich kann den Gestank einfach nicht ertragen. Gleiches gilt übrigens für viele Drucke mit UV-härtenden Tinten, die wir immerhin gelegentlich zukaufen. Wir besitzen nur einen kleinen Eco-Solvent-Drucker und arbeiten ansonsten mit zwei Durst-Lambdas sowie Sublimationsdruck mit wasserbasierenden Tinten. Unser Unternehmen produzierte also sozusagen schon von vornherein umweltschonender als viele andere. Im letzten Herbst veranstalteten wir die »Open Space«-Konferenz, auf der sich Mitarbeiter und Kunden um die Zukunft des Unternehmens Gedanken machten. Da zeigte sich, dass das Thema bei allen weit oben auf der Agenda steht. Also unternahmen wir rasch erste Schritte, unter anderem traten wir dem Ökoprofit-Programm der Hansestadt bei. Die Entscheidung kam übrigens keine Minute zu früh: Anfang 2009 wurden wir bei der Jahresplanungsbesprechung mit einem großen Markenartikler bereits nach unseren Umweltschutzaktivitäten gefragt.

Warum haben Sie sich gerade für diese beiden Programme entschieden und nicht etwa für eine Zertifizierung nach ISO 14001?

Das Ökoprofit-Programm wurde Anfang der 90er Jahre in Graz entwickelt und verbreitete sich von dort aus rasch weltweit. Es handelt sich um kommunal getragene



Die Initiative Umweltpartnerschaft richtet sich an Hamburger Unternehmen, die auf freiwilliger Basis Umweltschutz betreiben wollen – aber so, dass sich Ökonomie und Ökologie ergänzen und nicht ausschließen.

Programme, bei denen Betriebe gruppenweise Maßnahmen zum vorsorgenden Umweltschutz erarbeiten und umsetzen. Das Hamburger Programm ist auf eine Vorbereitungsphase von einem Jahr angelegt, während der die Teilnehmer in Workshops und Netzwerktreffen Aktionspläne und Maßnahmen für ihren Be-

trieb erarbeiten und nach und nach umsetzen. Am Ende werden sie nach einem genauen Kriterienkatalog überprüft und bewertet. Im Gegensatz zur ISO-Zertifizierung ist das Ökoprofit-Programm explizit auf kleine und mittelständische Betriebe zugeschnitten. Es erkennt auch die Tatsache an, dass die Umsetzung kosten-

intensiver Maßnahmen Zeit braucht – denn schließlich darf auch der Profit nicht zu kurz kommen, wenn die teilnehmenden Unternehmen konkurrenzfähig bleiben sollen. Nicht wenige Firmen nutzen das Ökoprotit-Programm auch als relativ kostengünstigen Einstieg ins Umweltmanagement und streben in einem zweiten Schritt die ISO-Zertifizierung an.

Welche Maßnahmen wurden bei Erler+Pless schon umgesetzt?

Wir haben etwa bereits den Strom- und Wasserverbrauch sowie das Abfallauf-



Simon Pless ist Geschäftsführer der Erler+Pless GmbH.

geboten werden. Das bedeutet aber auch, dass sich betriebliche Umweltmaßnahmen im Großen und Ganzen selbst tragen müssen. Es sind Investitionen in die Zukunft, allerdings nicht nur im idealen Sinne. Denn durch geringeren Ressourcenverbrauch, etwa bei Energie und Wasser, lassen sich durchaus beachtliche Einsparungen erzielen.

Sie stecken gerade mitten im Ökoprotit-Programm, was sind Ihre Erfahrungen?

Produkte wie das DHL „Go Green“-Option für den klimaneutralen Versand werden ganz gut angenommen. Generell steigt die Nachfrage an »grünen« Lösungen kontinuierlich, auch im Bereich der Außenwerbung. Wir werden deshalb demnächst in die HP-Latex-Technologie investieren und erwarten uns davon einen großen Schritt in die richtige Richtung. **sa**

kommen vermindert, auch versuchen wir soweit wie möglich auf PVC zu verzichten. Bei den Verpackungen sparen wir etwa dadurch, dass wir Material wie Umschläge und Kartons mehrfach verwenden. Auch die Gebäudeeffizienz ist ein großes Thema – wir planen einen Neubau und werden diesen mit modernster Niedrigenergiebauweise ausführen sowie eine Wärmepumpe einbauen.

Welche Kosten entstehen durch Umweltmanagement und lassen sich diese auf den Kunden umlegen?

Zum letzten Teil der Frage kann ich aus meiner Sicht mit einem klaren »Nein« antworten – zwar verlangen spezielle große Werbetreibende immer öfter konkrete Umweltmaßnahmen von ihren Zulieferern, weil viele Unternehmen ja bereits eine Umweltbilanz ausweisen oder diese in naher Zukunft planen. Doch sie sind nicht bereit, dafür mehr zu bezahlen. Warum auch? Als Endkonsument erwartet ja heute jeder selbst, dass etwa ein neues Auto sparsam ist, und will dafür nicht noch extra zur Kasse



Foto: © Harald Bolten – Fotolia.com

KONTAKT:

Erler+Pless GmbH
Böckmannstr. 56
D-20099 Hamburg
T: +49-40-2 48 44 80
F: +49-40-24 84 48 40
www.erlerundpless.de