

## Druckstudio GmbH

Prof.-Oehler-Straße 10  
40589 Düsseldorf  
Tel.: 02 11 / 77 09 63-0  
Fax: 02 11 / 77 09 63-11  
info@druckstudiogruppe.com  
www.druckstudiogruppe.com



Geschäftsführer:  
Werner Drechsler, Dirk Puslat, Michael Amft

### Aus Überzeugung nachhaltig

Ob individuell veredelte, multisensorische oder personalisierte Medien – im Offsetdruck, digital oder hybrid produziert: Die USP der Düsseldorfer Druckstudio Gruppe ist ihre multiperspektivische, crossmediale und konsequent nachhaltige Fokussierung auf ein breites Spektrum der Medienproduktion. Das Unternehmen ist auch Brückenbauer zwischen analogen und digitalen Medien, mit interdisziplinär ausgerichtetem Portfolio – im Servicebereich z. B. mit modernen Web-to-Print-Applikationen und mit zukunftssicheren Systemen für eine medienübergreifende Markenkommunikation in sämtliche Kanäle.

Produziert wird mit industrieller Effizienz und konsequent umweltfreundlich. Nachhaltigkeit ist kein Trendbegriff, sondern wesentliches Leitbild des Unternehmens und seiner Wertschöpfungskette – als das Ergebnis ständiger Optimierungen, gemäß internationaler Prozessstandards wie u. a. DIN EN ISO 9001, 14001 oder 50001. Neben den Validierungen im zertifizierten Prozessmanagement wird das Unternehmen seit Jahren regelmäßig als Bester unter den Besten ausgezeichnet – z. B. bereits zwölf Mal mit der begehrten Trophäe der Druck&Medien Awards, u. a. in den Kategorien »Umweltfreundlichstes Unternehmen«, »Geschäftsberichtsdrucker« oder »Akzidenzdrucker des Jahres«. Grundlage für den Erfolg des Unternehmens ist auch eine ethisch ausgerichtete Unternehmenskultur, die auf Transparenz, Fairness und Vertrauen beruht.



## Wer Schönheit vervielfältigt, muss auch das Original bewahren.

Wie verbindet man als Druck- und Mediendienstleister eigentlich ökologische und soziale Verantwortung mit wirtschaftlichem Erfolg?

Ganz einfach: mit der Art, wie wir leben, denken und handeln. Indem wir nicht nur Hochwertiges produzieren, sondern auch aktiv den Klimaschutz vorantreiben. Nicht nur profitieren, sondern uns auch sozial engagieren. Nicht nur in modernste Druckmaschinen und -technologien investieren, sondern auch in perfekt geschulte und motivierte Mitarbeiter. Nicht nur an uns und unsere Kunden denken, sondern auch an die nächste Generation. Mit einem Wort: mit Nachhaltigkeit.

So gelingt uns das Kunststück, gleichzeitig Schönes zu produzieren und zu bewahren. Auch das gehört zu unserem Anspruch:

## Wir erweitern das Spektrum.





**Werner Drechsler**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter,  
Druckstudio GmbH

## Nachhaltigkeit statt Greenwashing

»Ökologisch ist auch ökonomisch. Unsere Überzeugung war schon immer, nachhaltig und verantwortungsbewusst zu produzieren«, so Werner Drechsler, Geschäftsführer der Druckstudio Gruppe, im Gespräch mit Deutscher Drucker. An der Schwelle zu den 2020er-Jahren sei daneben eine neutrale, crossmediale Beratung mittels fundierter Expertise elementar, um den aus Kundensicht optimalen Medienmix zu finden.

**Deutscher Drucker:** *Umweltschutz ist in aller Munde. Viele Unternehmen springen da jetzt auf. Was unterscheidet die real nachhaltige Medienproduktion von Greenwashing?*

**Werner Drechsler:** »Besonders bei der nachhaltigen Medienproduktion, die viele Unternehmensbereiche berührt, sind das große Ganze und das persönliche Engagement mehr als die Summe seiner Teile. Umweltlabels und Zertifikate sind grundsätzlich nur mit offiziellen und verifizierbaren ID-Nummern ein belastbarer Hinweis für eine nachhaltige Produktion. Voraussetzung für nachvollziehbaren Umweltschutz ist eine eigene Produktion. Printbuyer, denen ernsthaft am Umweltschutz gelegen ist, hinterfragen grün designte Websites, abgebildete Labels und die Bedingungen der Produktion. Auch weniger erfahrene Einkäufer erkennen schnell den Unterschied zwischen einer nachhaltigen Unternehmenskultur wie bei uns und dem typischen Greenwashing. Überdies finden sie in

unseren Referenzen international renommierte Unternehmen, die in puncto Nachhaltigkeit außerst versiert sind und offizielle, internationale Umweltstandards zwingend erwarten.«

**Deutscher Drucker:** *Werden Sie Ihre nachhaltigen Alleinstellungen künftig besser abgrenzen?*

**Werner Drechsler:** »Nach unseren kontinuierlichen finanziellen und personellen Investitionen in die nachhaltige Produktion freuen wir uns über das gestiegene Interesse unserer Kunden am Thema. Dieser Nachfrage werden wir künftig mit mehr hochwertigen Fachinformationen gerecht. Daneben wissen wir durch Kundengespräche, dass ein großer Bedarf an Aufklärung besteht, z. B., dass Nachhaltigkeit kein Luxus ist – wir produzieren faire Medien zu fairen Preisen, wie erwünscht, mit industrieller Effizienz. Da kommen laufend großartige Drucksachen aus unserer Produktion, bestellt von Printbuyern, die sich ihrer Verantwortung bewusst sind – in großen wie kleinen Auflagen. Künftig möchten wir mehr von diesen Beispielen zeigen, unsere Kunden damit inspirieren und das Bewusstsein am Thema weiter fördern.«

**Deutscher Drucker:** *Wie hängen Produktionseffizienz und nachhaltige Mediendienstleistungen in Ihrem Unternehmen zusammen?*

**Werner Drechsler:** »Die verschiedenen Prozesse unserer nachhaltigen Medienproduktion machen sich nach ihrer Amortisation auch ökonomisch bezahlt: Effizienz ist der Schlüssel zu qualitativ hochwertigen, preiswerten und umweltfreundlichen Produkten. So ist ökologisch auch ökonomisch, z. B. durch weniger Energiebedarf, weniger Makulatur und insgesamt weniger Verbrauchsmaterialien und Ressourcen aller Art.«

**Deutscher Drucker:** *Wie können Ihre Kunden auf ihren Drucksachen mit der umweltfreundlichen Produktion werben?*

**Werner Drechsler:** »Durch Verwendung der mit der Produktion gültigen Labels. Je nach Auftrag z. B. das FSC-Label oder einen per ID-Nummer verifizierbaren Nachweis, vollständig klimaneutral gedruckt zu haben.

Viele Kunden verwenden unser Firmenlogo, mit Verweis auf unsere Website, auf der wir zahlreiche Umweltmaßnahmen und Zertifikate zeigen. Wie gesagt, ist kein einzelnes Label Garant für eine überzeugende Gesamtleistung im Umweltschutz, sondern die Summe der Maßnahmen, die freiwillige Leistungen, z. B. bauliche Maßnahmen, mit einschließen.«

**Deutscher Drucker:** *Leisten Sie mehr als im Prozessstandard gefordert?*

**Werner Drechsler:** »Ja. In der Diskussion um den Klimawandel reden wir nicht nur über Umweltschutz – wir treiben ihn kontinuierlich voran, bereits seit Jahren mit einem Bündel freiwilliger Maßnahmen. Unser Leitbild: Weg von einer energie- und ressourcenintensiven, hin zu einer sanften und umweltfreundlichen Produktion. Wir arbeiten mit allen umweltfreundlichen Techniken, Verfahren und Materialien, die weltweit in der Printmedien-Industrie möglich sind. Zum Beispiel haben wir unsere Produktion auf chemiearme Druckplatten umgestellt. Das alkoholfreie Drucken zählt heute ebenso zum Standard wie zertifizierter Ökostrom, energieeffiziente Beleuchtungen und Green IT.

Darüber hinaus verwenden wir, soweit möglich, umweltfreundliche Verbrauchsmaterialien wie z. B. Biofarben und Biolacke. Eine Photovoltaikanlage liefert bei uns seit 2009 einen Teil des Strombedarfs. Durch die Installation einer Wärmerückgewinnungsanlage konnte seit 2010 vollständig auf fossile Brennstoffe verzichtet werden. Bezogen auf die beiden größten CO<sub>2</sub>-Emittenten, Wärme und Strom (Ökostrom), sind wir damit nahezu klimaneutral. Wir engagieren uns in unserer Region, indem wir soziale Einrichtungen und Hilfsorganisationen unterstützen oder in kommunalen Projekten wie

ÖKOPROFIT mitwirken. Traditionell beraten wir unsere Kunden sehr individuell. Wir klären über die teils enormen Potenziale auf, Ressourcen und Kosten durch passende Optimierungen einzusparen. Denken Sie nur an das Druckformat oder platzsparende Designs. Individuelle und multisensorisch raffiniert inszenierte und/oder personalisierte Drucksachen erwirtschaften bessere Rücklaufquoten. Drucksachen können häufig gezielter verteilt werden. Wenn möglich plädieren wir für mehr Klasse als Masse, entgegen dem Prinzip bei vielen Printdiscountern im Internet.«

**Deutscher Drucker:** *Sie vernetzen analoge mit digitalen Medien – sowohl in der Produktion als auch bei bestimmten Dienstleistungen?*

**Werner Drechsler:** »Modernes Medien-Know-how impliziert die Harmonisierung von Schnittmengen – quasi interdisziplinär, zwischen digitalen und analogen Medien. Beide haben ihre Domänen. Kunden schätzen unsere exzellente Beratung. Als Druckerei sind wir immer professionelle Handwerker gewesen – doch die Jobs werden vielschichtiger. Kunden erwarten zu Recht multimediale Expertise und Beratungskompetenz. Immer häufiger geht es um die Synergie zwischen gedruckten und digitalen Medien bzw. Assets. Denken Sie nur an eine Landingpage als wichtiger Teil einer Printkampagne oder an datenbasierte Personalisierungen usw. Unsere Kunden sparen sich viele Wege und sprechen bei uns immer mit qualifizierten Experten, die auf jahrzehntelange Erfahrungen zurückgreifen können – auch in Bezug auf digitale Medien und Services.

Aus Kundensicht ist diese neutrale, crossmediale Beratung eine echte Rückversicherung, nicht nur für komplexe Druckprojekte. Ob im Offsetdruck, digital oder kombiniert produziert, mit oder ohne digitale Extras bzw. konzeptionelle Schnittmengen: Der optimale Medienmix ist bei jedem Auftrag anders, aber bei uns immer das Ergebnis von individuellen Beratungen.«