

# Nachhaltiger Weg



**Druckstudio war schon Geschäftsberichte-Drucker des Jahres, Magazindrucker des Jahres und wurde 2021 – bereits zum dritten Mal – zum Akzidenzdrucker des Jahres gekürt. Der dauerhafte Erfolg am Markt ist allerdings untrennbar mit der Ausrichtung auf eine ökologisch vorbildliche Produktion verbunden, wofür man bereits 2012 auch zum „Umweltorientierten Unternehmen des Jahres“ gekürt worden war. Von Gerd Bergmann**

**D**ie Trophäensammlung im Konferenzraum des Betriebes in der Düsseldorfer Südstadt ist beeindruckend. Gregor Kalender Award, Best of Corporate Publishing, Sappi Printer of The Year, Great Place To Work. Was für eine Bandbreite. Und vor allem natürlich – in der Mitte unter den Urkunden, die selbst eine komplette Wand bedecken –, die glänzende Reihe der Druck&Medien Awards, neun an der Zahl.

2021 also wieder die Auszeichnung für das Segment Akzidenzen. Die umfassendste Kategorie überhaupt, die aber sehr gut die breite Spanne des Druckstudio-Portfolios wiedergibt. Unter den zur Jurierung eingereichten Arbeiten finden sich zum Beispiel eine fadengeheftete Steifbroschur mit offenem Rücken, eine Box („Krempelkartonage“) mit allerlei unterschiedlichen „Blauer Engel“-zertifizierten Drucksachen, eine Zwillingbroschur mit zick-zack-gefaltem, sechsseitigen Umschlag oder eine Broschüre mit verschiedensten Lackier- und Cellophanier-Veredelungen.

Werner Drechsler schmunzelt. Ja, er weiß, wie man „Akzidenz“ erklärt. Wurde doch einer der früheren Preisträger mit dieser Frage auf offener Bühne unvorbereitet „kalt“ erwischt. Und? „Heute sagt man, das sind alle Werbedrucksachen außer Bücher.“

## Den Markenkern herausgearbeitet

Werner und Fotini Drechsler sind das Rampenlicht angesichts so vieler Auszeichnungen gewohnt. Obwohl der Firmenchef 45 Jahre Unternehmer-Erfahrung hat, stammen alle Trophäen aus den vergangenen 15 Jahren.

Der Weg in die Öffentlichkeit wurde tatsächlich erst ab 2008 beschritten. Druckstudio hatte schon drei Jahrzehnte organisches Wachstum hinter sich – von der 80 qm kleinen Schnelldruckerei zum bereits regional bekannten Qualitäts-Bogenoffsetbetrieb –, als sich das Ehepaar Drechsler entschied, ihr Unternehmen Stück für Stück zu einem sozial und ökologisch nachhaltigen Produktionsbetrieb weiterzuentwickeln. Und gemäß der Marketing-Weisheit „Tue Gutes – und rede darüber“ wurde dies dann auch kommuniziert.

**Im Drucksaal: Werner und Fotini Drechsler führen die Geschäfte der Druckstudio Gruppe gemeinsam mit Dirk Puslat und Michael Amft (v.r.n.l.).**





Seit Jahrzehnten in der Spitzengruppe deutscher Bogenoffsetdrucker: Druckstudio in Düsseldorf.

Der Bogenoffset ist mit Technologie von Heidelberger Druckmaschinen ausgestattet.

Fotini Drechsler war viele Jahre als Marketing-Führungskraft in der Kosmetik-Industrie und kennt demzufolge die Anforderungen an Dienstleister aus Kundensicht. Und sie beherrscht das Große 1x1 des Marketings, das Druckstudio seither bei der Vermarktung seiner USPs perfekt umsetzt.

„Wir mussten erst einmal unseren Markenkern und die Positionierung herausarbeiten“, erinnert sie sich. Die Pressearbeit wurde professionalisiert, man begann, sich mit den Marktbegleitern bei Wettbewerben zu messen. Sehr erfolgreich, wie die zahlreichen Auszeichnungen seither belegen.

Werner Drechsler: „Wir haben uns immer auf anspruchsvolle, auf besondere Drucksachen spezialisiert“. Deshalb wurde auch schon vor 30 Jahren als eine der ersten Druckereien in Deutschland in ein Inline-Dispersions-Lackierwerk investiert, was die Produktqualität bei hoher Farbbelegung und/oder Vollflächen

entscheidend verbesserte. Das Besondere an Druckstudio, wenn man so will, ist seither die Kombination aus hoher Qualität (gern gezeigt bei anspruchsvollen Kundenaufträgen), effizienten Workflows und einer maximal nachhaltig gestalteten Produktion.

zess stellen. Damit dieses Engagement auch wahrgenommen wird, gehört Druckstudio zu den Initiatoren der Informations-Website [umdex.de](http://umdex.de), die unter anderem beim Auffinden glaubwürdiger umweltfreundlich arbeitender Dienstleister helfen soll.



„Wir arbeiten sehr zahlengestützt und das ist die Grundlage für unseren ständigen Optimierungsprozess.“

WERNER DRECHSLER

## Dank Öko zu mehr Profit

Ein einschneidendes Erlebnis und der perfekte Start in die Umgestaltung war 2009 die Teilnahme des Unternehmens am Ökoprotit-Projekt des Landes Nordrhein-Westfalen. Experten für nachhaltiges Wirtschaften nahmen den Betrieb unter die Lupe. Gemeinsam mit dem Druckstudio-Projektteam erarbeitet, entstand eine lange Liste an Maßnahmen, die teilweise schon im Rahmen des Projektes umgesetzt wurden (wofür man dann im Januar 2010 die Ökoprotit-Zertifizierung erhielt) oder die über die folgenden Jahre hinweg, wenn es sich um größere Investments handelte. Das waren die Zeiten, als im Düsseldorfer Unternehmen bis zu 85 Mitarbeiter über 15 Mio. Euro Umsatz erwirtschafteten. In diesen besonders guten Jahren wurde also vorausschauend der Grundstein für nachhaltiges Drucken gelegt – mit all seinen ökonomischen Auswirkungen, von denen damals noch niemand zu träumen gewagt hätte. Werner Drechsler konstatiert heute ganz trocken: „Über viele Jahre hat das Thema Nachhaltiges Drucken die wenigsten Printbuyer interessiert.“ Auch nicht den Markt.

Und dennoch investierten die Druckstudio-Inhaber eine halbe Million Euro allein in Maßnahmen für die ressourcenschonende Druckproduktion. Dazu gehören mit Blick auf Gebäude und Maschinenpark die Ab- »

## Alle Zertifizierungen bis hin zum „Blauen Engel“

Aber was ist eigentlich eine „nachhaltige Druckerei“? Auch den Druckstudio-Inhabern ist klar, dass am Markt viel Schindluder mit dem Öko-Thema getrieben wird. Green Washing ist aktuell ein echter Trend-Begriff. Und so ist es auch nicht verwunderlich, dass Druckstudio einen Kunden-Infolyer aufgelegt hat, um die Grenzen klarzuziehen: „Eine nachhaltige Druckerei fokussiert sich nicht auf (werbewirksame) Einzelmaßnahmen sondern folgt einem ganzheitlichen Ansatz, der alle Aspekte der Druckherstellung berücksichtigt“, heißt es darin unter anderem.

Druckstudio hat den ganzheitlichen Ansatz auf die Spitze getrieben und kann mit praktisch allen denkbaren Zertifizierungen glänzen – gekrönt vom „Blauen Engel“ (Deutsches Umweltzeichen 195), der für Drucksachen aus der Druckstudio-Produktion vergeben werden darf und dessen Vorgaben höchste Ansprüche an den gesamten Herstellungspro-

Druck & Medien  
AWARDS  
2021

Gewinner  
Berberich Award



Akzidenzdrucker  
des Jahres

wärmenutzung, LED-Beleuchtung sowie die Energieerzeugung über Photovoltaik: An den Druckmaschinen wurde eine Wärmerückgewinnungsanlage installiert und die Abwärme erlaubt das Heizen des gesamten Unternehmens. Außerdem findet eine bedarfsgerechte Wandlung in Wärme bzw. Kälte zur ganzjährigen Gebäudeklimatisierung statt. Der relative Energieverbrauch wurde um 30 Prozent und die CO<sub>2</sub>-Emissionen wurden um 90 % reduziert. Die Photovoltaik-Anlagen auf dem Dach der Betriebsgebäude decken den Stromverbrauch der Druckstudio Gruppe zu rund 10 Prozent ab. Für den großen Rest wird Ökostrom bezogen.

Bei den Bedruckstoffen werden mittlerweile über 80 % FSC-zertifizierte Papiere aus nachhaltiger Forstwirtschaft oder Recyclingpapiere (mit dem „Blauen Engel“) verarbeitet. Es wird unter Verwendung von chemiearmen Druckplatten und VOC-reduzierten Waschmitteln gedruckt. Alle Standardfarben, Toner, Lacke, Folien und Klebstoffe wurden erfolgreich auf Deink-/Entfernbarkeit im Recyclingprozess geprüft.

Viel Zeit und damit Geld wurde in den Umstellungsprozess der Farben investiert. Es war, so blickt Werner Drechsler zurück, nicht einfach, das gewohnte hohe Qualitätsniveau mit mineralölfreien Bio-Druckfarben auf Pflanzenölbasis zu erreichen. Aber letztlich hat dieser Prozess dem Team von Druckstudio sehr viel Erfahrung und Know-how-Zuwachs gebracht.

## Zahlengestützt am Markt unterwegs

Rund 50 Mitarbeiter hat die Druckstudio Gruppe aktuell, zu der auch die Digital-Publishing-Firma Druckstudio Interactive gehört. Sie erwirtschaften im Dreischichtbetrieb an sechs Tagen pro Woche einen Jahresumsatz von rund 10 Mio. Euro. Die Führung der Unternehmen teilen sich Werner und Fotini Drechsler mit zwei weiteren geschäftsführenden Gesellschaftern: Dirk Puslat für die technischen Belange und Michael Amft als Vertriebsverantwortlichem.



Werner Drechsler mit den inzwischen neun Druck&Medien-Awards für Druckstudio

Dass praktizierte Ökologie sehr profitabel sein kann, beweist Druckstudio nachdrücklich und seit dem Ökoprotit-Projekt dauerhaft. Durch die Investition in Photovoltaik und Wärmerückgewinnung werden die jährlichen Energiekosten um rund 80.000 Euro gesenkt – und dieser Wert stammt aus der Zeit „normaler“ Energiepreise.

Diese geringere Kostenbelastung verbesserte die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens in den vergangenen Jahren, als viele Druckereien sich regelmäßig zu unterbieten versuchten. Druckstudio konnte sich nach Aussage von Werner Drechsler aus diesen Preiskämpfen um nicht kostendeckende Aufträge heraushalten. „Wir arbeiten sehr zahlengestützt“, erklärt der Firmenchef. „Und das ist die Grundlage für unseren ständigen Optimierungsprozess“.

Viel gerechnet wurde auch, bevor die eigene Weiterverarbeitung 2016 zu Gunsten einer engen Kooperation mit mehreren Buchbinderei-Betrieben aus der Region eingestellt wurde. Seither konzentriert sich Druckstudio auf den Druck mit der jeweils aktuellen Offsettechnologie aus dem Hause

Heidelberg. Derzeit sind dies eine 6-Farben und eine 5-Farben-Speedmaster XL im 3B-Format, jeweils mit Lackierwerk ausgestattet.

## Beständig ist nur der Wandel

Der Wandel der Branche sorgt natürlich auch in der Düsseldorfer Firmengruppe für ständige Veränderungen. Sehr gut ist das im Segment Geschäftsberichte sichtbar, mit dem sich Druckstudio über die Jahre viel Renommée „erdrucken“ konnte. Doch selbst wenn man sie inzwischen nicht ganz auf die Digitalschiene verlegt hat, so wurden die Geschäftsberichte bei vielen Großunternehmen zusammengestutzt. Wo dieses jährliche Aushängeschild in den 2010er-Jahren noch Auflagen von 15.000 oder 20.000 Exemplaren hatte, werden heute oft nur noch ein paar Hundert Stück in gedruckter Form an ausgewählte Empfänger verschickt.

So verwundert es nicht, dass auch Druckstudio eine Digitaldruck-Abteilung unterhält und ganz selbstverständlich durch die Tochterfirma Druckstudio Interactive multimediale Kampagnen komplett abdecken kann. Verschwinden wird der Printanteil am Marketing nicht, da ist man sich bei Druckstudio sicher. Und wenn Drucksachen bewusster und gezielter eingesetzt werden, komme das eher nachhaltig positionierten Dienstleistern zu Gute, konnten Werner und Fotini Drechsler feststellen.

## Viele Neukunden

Trotz Corona-Pandemie war 2021 im Blick auf den Geschäftserfolg tatsächlich „das beste Jahr der Firmengeschichte“, freut sich die Geschäftsleitung. Gegenüber dem Vor-Corona-Jahr 2019 legte der Umsatz um rund 17 Prozent zu und man spricht von „sehr vielen Neukunden“.

Vor allem von Kunden, die ganz gezielt nach umweltorientierten Dienstleistern suchen. Beim Thema Nachhaltigkeit geht es ja auch um Dauerhaftigkeit. Durch den Konsolidierungsprozess der Druckbranche verschwinden teilweise sehr namhafte und große Betriebe vom Markt. Betriebe, deren Kunden nun auf der Suche nach neuen Lieferanten sind. Und die gerne nachhaltige Lieferanten im Sinne von „langfristig zuverlässig“ beauftragen möchten. Deshalb ist man im Düsseldorfer Süden durchaus optimistisch für die kommenden Jahre. ●