

Druckfarben ohne Mineralöl

FIRMENPORTRÄT Print Pool in Neuhofer erhält zum zweiten Mal die Auszeichnung „Green Brands“

Von Mathias Gubo

NEUHOFF. Im November wird die große Verleihungsfeier im Senckenberg-Museum in Frankfurt sein. „Ganz großes Kino“, freut sich Matthias Simon, „eine ganz große Gala“. Der Geschäftsführer der Print Pool GmbH mit Sitz in Neuhofer muss es wissen. Würden er und seine Firma doch bereits 2013 mit dem „Green Brands“-Preis ausgezeichnet. Ein Erfolg, der der konsequent nachhaltig produzierenden Druckfirma in diesem Jahr erneut gelungen ist. Damit steht Print Pool auf einer Ebene mit solchen Marken wie Primavera, Logona, GoGreen, Apollinaris oder Frosch. Wobei es Simon wichtig ist zu betonen, dass man sich um diese Auszeichnung nicht bewerben kann.

Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil

1996 in Aarbergen gegründet, befasst man sich bei Print Pool seit 2003 mit dem Thema Nachhaltigkeit. Aus rein wirtschaftlich und pragmatischen Gründen, gibt Simon zu. Denn sich im Wettbewerb der etwa 6000 Druckereien in Deutschland zu unterscheiden helfe beim Überleben. Der Wettbewerb gehe normalerweise nur über den Preis. Simon: „Preise unterbieten können sie alle, wirtschaft-

lich arbeiten können sie nicht“.

Es kommt aber noch etwas hinzu: Beim Papier sei den wenigsten Menschen klar, dass dafür Bäume gefällt werden müssen, erlebt der Print Pool-Geschäftsführer immer wieder. Also habe er versucht, sich mit einer konsequent nachhaltigen Produktion von seinen Mitbewerbern abzusetzen. Was ihm gelungen ist, gibt es unter den Druckereien gerade einmal zehn mit dieser Ausrichtung.

Inzwischen kommen seine Kunden aus ganz Europa. Sie erteilen Print Pool ihre Aufträge, weil dort nur Papier aus zertifiziertem Forst oder Recyclingpapier bedruckt wird. Weiter geht dies bei den Druckfarben. Sie sind mineralölfrei und auf

Pflanzenölbasis hergestellt. Auch die Produktionsprozesse hat man bei Print Pool entsprechend ausgerichtet. Nach zwölf Jahren sei es gelungen, 90 Prozent aller sonst üblichen Chemikalien aus dem Druckprozess zu verbannen. „Das geht“, stellt Matthias Simon selbstbewusst fest. Wie auch die Verwendung von Strom aus erneuerbaren Energien und der Einsatz von Verpackungs- und Füllmaterialien aus Recyclingmaterial.

Seit sechs Jahren unterhält das Neuhofer Unternehmen mit einem zweiten Büro in Worms auch einen Online-Shop, versendet deutschlandweit. Angeboten werden außerdem Grafikdienste, Layout, Fotografie und

Schulungen. Kunden sind laut Simon der Biobauer, der 1000 Wurstetiketten braucht, ebenso wie ein Unternehmen, das mit nachhaltigen Werbeprodukten

sein Image verändern will. Beim Tag der offenen Tür am 15. September, 11 bis 16.30 Uhr, können sich Interessierte davon überzeugen.



Matthias Simon mit dem Green-Brands-Buch, in dem alle ausgezeichneten vorgestellt werden. Foto: RMB/Wolfgang Kühner

GREEN BRANDS

- ▶ **Green Brands** ist eine internationale, unabhängige und selbstständige Brand-Marketing-Organisation mit Hauptsitz auf der „grünen Insel“ Irland.
- ▶ Green Brands verleiht – in internationaler Zusammenarbeit mit ebenfalls unabhängigen Institutionen und Gesellschaften im Umweltschutz-/Klimaschutz- und Nachhaltigkeits-Bereich sowie mit Markt- und Meinungsforschungsinstituten das **Green Brands-Gütesiegel**.
- ▶ Mit der Auszeichnung werden „grüne“ Marken des täglichen Lebens geehrt, die auf das zunehmende Bewusstsein der Bevölkerung für mehr Nachhaltigkeit, Umweltschutz und gesunden Lebensstil reagieren beziehungsweise von Beginn an so ausgerichtet sind.
- ▶ Green Brands will damit die Verpflichtung der Marken zu **Klimaschutz, Nachhaltigkeit** und **ökologischer Verantwortung** honorieren.