



Grüner drucken?

Wer zum Thema umweltfreundliches Drucken im Internet recherchiert, findet imposante Schlagwörter wie: **CO₂-freier Druck, klimaneutraler Druck, Grüner drucken** - dazu Marketing-Gags, wie den „CO₂-freien Flug“ von Fußballstars, der nichts anderes meint, als eine symbolische Spende an ein Bio-Gas-Kraftwerk aus Katmandu zum Ausgleich des CO₂-Verbrauchs pro Fluggast und pro 1000 Meilen. Da fühlt man sich schon deutlich veräppelt.

Genau genommen müsste es eigentlich heißen: **CO₂-armer Druck** oder **klimaneutralerer Druck**. Von außen ist es natürlich schwierig zu erkennen, bei welchen Prozessen im Bereich der Papiererzeugung, des Drucks und der Verarbeitung ein Übermaß an CO₂ entsteht.

Was also steckt hinter dem Begriff?

Die Zellulose- und Papierherstellung verbraucht riesige Mengen an Energie. Bei den großen skandinavischen Erzeugern wird dafür aber seit Jahrzehnten ausschließlich Energie aus den werkseigenen Wasserkraftwerken gewonnen. So gesehen ist die **Papiererzeugung CO₂-frei oder vollkommen klimaneutral**. Welches andere Produkt kann das schon von sich behaupten?

Druckfarben hingegen bestehen im Wesentlichen aus erdölbasierten Grundstoffen und auch im Herstellungsprozess der Druckfarben fällt CO₂ an. Hier könnten derzeit höchstens die Spendeneintreiber für ein Projekt z. B. auf den Fidschi-Inseln helfen.

Was aber kann eine Druckerei wie Bayropa Jung GmbH konkret für die Verringerung von CO₂ tun?

Die Verringerung der CO₂-Erzeugung ist seit Jahren eine wichtige Angelegenheit des Unternehmens. Nicht nur der Umwelt zuliebe, sondern auch (so ehrlich sollte man sein!), um die betrieblichen Kosten zu vermindern zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit.



Beispiel Druckluft:

Bei 9 Rollenoffsetdruckmaschinen und diversen Verarbeitungsmaschinen wird eine große Menge elektrischer Energie allein für den Druckluftbedarf benötigt. Hier werden nun (in Redundanz) modernste Rotations-kompressoren für die Grundlast eingesetzt und für den schwankenden Zusatzbedarf seit neuestem, sanft anlaufende computergesteuerte Kompressoren, die den Zusatzverbrauch messen und dann nur mit der gerade benötigten Last, z. B. 30%, zufahren.

Ergebnis: Rückgang des Verbrauches von 50 KW/Std auf ca. 30 KW/Std

Eine enorme Verbrauchsverringerung, wenn man dies bei 3-Schichten auf das Jahr umrechnet.

Beispiel Härtung der Druckfarben:

Die Druckfarben-Härtung ist einer größten Energieverbraucher in einer Druckerei. Bayropa nahm eine Umstellung der Systeme von Einzelhärtern auf Sammelhärter vor und, wo sinnvoll und möglich, Umstellung auf Hybrid-Technologie.

Ergebnis: Der verminderte Energieeinsatz in der Farbhärtung ist beträchtlich.

Aus Wettbewerbsgründen möchten wir den verringerten Energiebedarf hier nicht ausweisen.

Wir könnten hier noch weitere realisierte Beispiele anführen, die sich als kleinere Maßnahmen addieren und uns als „never ending story“ in Zukunft weiter intensiv begleiten werden - der Umwelt und der Kosten zuliebe.

Keine grünen, sondern weiße Weihnachten und ein gutes, neues Jahr wünscht Ihnen die Jung GmbH



Von draußen, vom Walde kommen wir her, wir müssen euch sagen, es weihnachtet sehr...

Und was noch? Unser Nachrichtenvogel (der mit den Storchenbeinen) kam mit ein paar Neuigkeiten von der JUNG Plattform angeflattert. Im Schnabel hatte er außerdem einen lesenswerten Bericht zum Thema „Grüner Drucken“ von Folker Jung und eine kleine Würdigung des schwäbischen Spieleherstellers Ravensburger. Der feierte in diesem Jahr seinen 150. Geburtstag und blickt als Mittelständler vergleichsweise gelassen in die Zukunft.

...Alt und Jung sollen nun von der Jagd des Lebens einmal ruhn

Wir begrüßen unsere neue Mitarbeiterin

Sonja Scharf

Zuerst ein herzliches Hallo!

Ich bin die neue Verstärkung und komme aus Berlin.

Meine Freizeit verbringe ich mit meiner Familie und meinen Freunden.

Spaziergehen und ab und zu tanzen darf auch nicht fehlen.

Für Sie stehe ich gerne zur Verfügung.



Mit kreativer Unterstützung

Für die Gestaltung und die Fotos der Jung Info ist Colin Oliver zuständig, der auch unsere Website auf den neuesten Stand hält. Für den Inhalt und die Texte nach wie vor Renate Maurer.

Brot durch Spiele

Ravensburger ist 125 Jahre alt geworden

1883 – Der Ravensburger Buchhändler Otto Maier unterschreibt seinen ersten Autorenvertrag. Ein Jahr später erscheint das erste Spiel: „Reise um die Erde“, bald folgen weitere Spiele, Bilderbücher und Arbeitskästen. 1925 übernehmen die drei Söhne Maiers die Firma. Sie bringen drei Jahre später „Fang den Hut“ auf den Markt, 1959 erfinden sie den Spiele-Klassiker „Memory“.

1970 baut die Firma Vertriebstöchter in fast allen westeuropäischen Ländern auf, der Umsatz steigt bis Ende der 70er Jahre auf 100 Mio. 1999 steigt der Konzern groß ins Kinderfilmgeschäft ein und erlebt mit der Filmtochter RTV und dem Platzen der Börsenblase eine Pleite. Hohe Verluste, mehrere Beschäftigte müssen gehen. 2002 übernimmt der Manager Karsten Schmidt die Führung. Die Familie ist im Aufsichtsrat vertreten und besitzt die Anteile der Aktiengesellschaft.

Nicht nur zur Weihnachtszeit...

Brettspiele und Kinderbücher sorgen auch in der Krise für ein berechenbares Geschäft. Ein Drittel des Umsatzes erzielen die Oberschwaben mit Neuheiten. Neben eigenen Leuten hat Schmidt erstmals auch externe Agenturen beauftragt, Ideen zu liefern. Mit Hilfe der Universität St. Gallen wird der Innovationsprozess im Unternehmen neu strukturiert. „In der Krise“, so Schmidt, „sind Innovationen noch wichtiger als sonst“.

Probieren geht über studieren!

Für all diejenigen, die unsere Internetplattform ausprobieren möchten, haben wir nun einen Demo-Account eingerichtet. Loggen Sie sich einfach ein. Ihr Kennwort lautet demo. Und entdecken auch Sie, was in uns steckt!

Kundennummer: D	<input type="text" value="9999"/>
Benutzername:	<input type="text" value="demo"/>
Kennwort:	<input type="password" value="****"/>
Kennwort vergessen?	<input type="button" value="Login"/>