



Graphic Consult

Positionierung unter ökologischen Aspekten



Unternehmenspositionierung unter ökologischen Aspekten

Das Thema Klimawandel hat durch die Veröffentlichungen der internationalen Klimaforschung erheblich an Dynamik gewonnen und kontroverse Diskussionen entfacht. Echte und selbst ernannte Experten setzen sich mit unterschiedlichen Szenarien auseinander und tragen ihre Meinungen der Öffentlichkeit entsprechend bunt und widersprüchlich vor. Unter den Klimaforschern besteht allerdings Konsens darüber, dass das Klima neben natürlich bedingten Schwankungen auch durch den Menschen, also durch die Konzentration von Treibhausgasen in der Atmosphäre, verändert wird. Experten glauben, dass selbst bei einer Begrenzung der Erwärmung auf „nur“ zusätzliche 2°C eine globale Kulturrevolution erforderlich wäre, bei der Stadt- und Landleben neu definiert werden müssten.

Vor diesem Hintergrund wird das Thema Klimaschutz zum globalen Megatrend, der die Welt nachhaltig beschäftigen wird. Grund genug darüber nachzudenken, ob Drucken und gleichzeitig die Umwelt zu schonen eine Zielrichtung für das eigene Unternehmen sein könnte. Sinnvolle Maßnahmen unter ökologischen Gesichtspunkten zu treffen ist aber nur ein Aspekt. Eine weitere Erwägung kann die strategische Positionierung des Unternehmens, die Differenzierung vom Wettbewerb unter dem Aspekt des Umweltschutzes sein.

Es ist nicht neu, aber dennoch wahr: Ein Unternehmen, das auf einem hart umkämpften Markt bestehen will, braucht ein starkes Profil, damit es von seinen (potenziellen) Kunden wahrgenommen wird. Vielen Druckunternehmen fehlt dieses starke Profil, fehlt ein eindeutiges Differenzierungsmerkmal.

Unternehmenspositionierung unter ökologischen Aspekten

So gibt es den echten Druck-Discounter, das zündende Medienerlebnisunternehmen, den Kult-Drucker oder den wirklichen Service-Printer eher selten. Dabei ist eine eindeutige Positionierung die große Chance, um die „tödliche Mitte“ zu verlassen.



Welche Positionierung die richtige ist, kann nicht generell beantwortet werden, da sie je nach Kunden- und Marktsegment unterschiedlich ausfällt. Entscheidend ist, welche Bedürfnisse bei Ihren Kunden zukünftig am stärksten ausgeprägt sein werden.

Unternehmenspositionierung unter ökologischen Aspekten

Für umweltbewusstes Drucken und die Differenzierung vom Wettbewerb unter ökologischen Gesichtspunkten gibt es interessante Beispiele:

Die Schweizer Druckerei Feldegg AG in Zollikerberg befasst sich seit nahezu zwanzig Jahren mit der umweltorientierten Ausrichtung des Unternehmens und führte als eine der ersten Druckereien weltweit „klimaneutrales Drucken“ ein. Über dieses kontinuierliche und glaubwürdige Engagement konnte das Unternehmen – so Geschäftsführer Erwin Oberhäsli – bei Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern ein gleichermaßen positives Image aufbauen. Die Kunden sind stolz auf ihre Druckprodukte und auch bereit, dafür höhere Preise zu bezahlen. Die Lieferanten unterstützen das Firmenimage durch hohe nach außen getragene Wertschätzung und auch die Medien greifen das Thema gerne auf. Des Weiteren, so Oberhäsli, hat diese Ausrichtung auch eine starke Sogwirkung auf hoch qualifiziertes Personal.

Auch aus der Firmengeschichte des österreichischen Unternehmens Gugler Cross Media in Melk erschließt sich ein langjähriges Engagement für eine umweltorientierte Firmenausrichtung, die sich durch alle Bereiche des Unternehmens zieht. Gugler Cross Media ist Österreichs erstes Medienhaus, das seinen Druckprodukten nach dem österreichischen Umweltzeichen und dem FSC-Zeichen auch das Prädikat „klimaneutral gedruckt“ verleihen konnte. Diese konsequente Positionierung, für die Inhaber und Geschäftsführer Ernst Gugler und sein Team stehen, hat das Unternehmen aus der Vielzahl vergleichbarer Unternehmen hervorgehoben. Eine Reihe von Auszeichnungen und ein äußerst reges Presseinteresse belegen dies eindrucksvoll.

Unternehmenspositionierung unter ökologischen Aspekten

Ein weiteres Beispiel ist das belgische Unternehmen Druk in de Weer in Gent. Seit mehreren Jahren ist diese ökologische Druckerei bahnbrechend bei der Nutzung umweltverträglicher Produkte. Für die Optimierung der technischen Prozesse setzt Druk in de Weer in jeder Stufe der Produktion Spitzentechnologie ein. Dank der „Best Available Technology“ beschränkt sich Druk in de Weer nicht nur auf die Verwendung von Recyclingpapier, das man nur bestellen braucht, denn im Zentrum des Interesses steht die Umweltbelastung, die mit der Produktion verbunden ist. Diese visionäre Philosophie trägt ihre Früchte: Immer mehr Kunden vertrauen Druk in de Weer ihre Druckaufträge an.

Diese Beispiele zeigen, dass die ökologisch orientierte Unternehmensausrichtung eine Erfolg versprechende Variante der Differenzierung vom Wettbewerb sein kann. Erfolgreich aber nur dann – und das gilt für jede Strategie – wenn sie durch Glaubwürdigkeit, detaillierte Ausgestaltung sowie professionelle Marktbearbeitung und Kommunikation untermauert ist.



Dr. Wolfgang Jeschke – Dr. oec. publ., Dipl.-Kfm.

Management Consultant

Geschäftsführender Gesellschafter GC Graphic Consult

Beratungsschwerpunkte

Strategie, Organisation, Vertrieb, Sanierung, Mergers & Acquisitions



Graphic Consult

GC Graphic Consult GmbH
Weihenstephaner Straße 1
85716 Unterschleißheim/München
Deutschland

Tel: +49/(0)89/89 60 56 - 0
Fax: +49/(0)89/89 60 56 - 11
E-Mail: comcenter@GC-online.de
Internet: www.GC-online.de