

Leitfaden: Klima-Kommunikation für Druckereien

Ab 2026 wird die EU Begriffe wie „klimaneutral“ in der Produktkommunikation verbieten. Hier zeigen wir Ihnen ein paar Beispiele wie sie zukünftig kommunizieren können.

Vermeiden Sie: „klimaneutraler Druck“

Besser: „Wir berechnen die CO₂-Emissionen Ihres Druckprodukts und gleichen diese durch zertifizierte Klimaschutzprojekte aus.“

Formulierungsbeispiele für Ihre Kommunikation

Beispiele um die Leistung auf Ihrer Website zu kommunizieren:

„Wir berechnen die CO₂-Emissionen Ihres Druckprodukts transparent und gleichen diese auf Wunsch über Klimaschutzprojekte aus.“

„Druckprodukte mit CO₂-Bilanz und Kompensation“

„CO₂-Fußabdruck ermittelt und kompensiert“

Beispiele für Ihre allgemeine Kundenkommunikation:

„Sprechen Sie offen über CO₂-Emissionen – wir unterstützen Sie dabei“

„Transparente CO₂-Bilanz für jeden Druckauftrag inkl. Kompensation auf Wunsch“

„Emissionen messen, kommunizieren, ausgleichen“

Partnerlabel für Ihre Werbung

Nutzen Sie für Ihre Werbung unser Partnerlabel. Zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie mit einem vertrauenswürdigen Partner für CO₂-Bilanzierung zusammenarbeiten. Unser Partnerlabel macht transparent, dass Sie professionelle Unterstützung bei der Emissionsberechnung und -kommunikation haben.

Das Partnerlabel eignet sich für:

- Ihre Website und Werbematerialien
- Kundenkommunikation über Nachhaltigkeit
- Ausschreibungen und Angebote
- Social Media Posts

In Kooperation mit
natureOffice 

Ihr Druck auf Wunsch
mit **CO₂-Bilanz** und
-Ausgleich

Darüber sollten Sie auch sprechen!

Egal ob sie selbst Ihre Unternehmensemissionen ausgleichen oder „nur“ die Berechnung und Kompen-sation der Emissionen Ihrer Druckprodukte Ihren Kunden anbieten. **Wichtig ist: Sie als Druckerei sollten als gutes Beispiel voran gehen:** Berichten Sie transparent über ihre eigenen Klimaschutzmaßnahmen. Zeigen Sie konkrete Maßnahmen zur CO₂-Verringerung in Ihrer eigenen Wertschöpfungskette. Haben Sie auf Ökostrom umgestellt? Die Logistik optimiert? In energieeffiziente Technologien investiert? Sprechen Sie darüber!

Wenn Sie selbst Ihre eigenen Unternehmens-emissionen ausgleichen: Erläutern Sie immer:

- Wie Sie Ihre Emissionen berechnen
- Welche Klimaschutzprojekte Sie unterstützen
- Was sie tun, um Ihre eignen Emissionen zu reduzieren

Ehrliche Kommunikation als Erfolgsfaktor

Gehen Sie ehrlich mit Ihren Emissionen um, nutzen Sie Wordings wie:

„Tatsächlich gibt es keine vollständig klimaneutrale Produktion, weder bei uns noch bei anderen Druckereien. Der entscheidende Schritt zur Verbesserung besteht darin, die entstehenden CO₂-Emissionen genau zu kennen.“

„Verbergen Sie nicht Ihre CO₂-Emissionen und deren Klimawirkung, sondern sprechen Sie offen darüber!“

Das sollten Ihre nächsten Schritte sein:

- Kontrollieren Sie, welche Logos Sie nutzen. Tauschen Sie unser Partnerlabel aus, sollten Sie noch das „alte“ mit dem Wording „klimaneutral“ nutzen.
- Schauen Sie sich Ihre Text genau an. Nutzen Sie noch oft klimaneutral? Ändern Sie ihr Wording mithilfe unserer Formulierungsvorschlägen ab.
- Informieren Sie auch Ihre Kunden über die neuen gesetzlichen Änderungen – erklären Sie unser neues Label ohne Claim.

So bleiben Sie transparent und auf der sicheren Seite – und können Ihren Kunden weiterhin den CO₂-Ausgleich Ihrer Druckprodukte ermöglichen.

Fragen? Fragen!

Laura Wogirz

Marketing & Communications
Telefon +49 69 173 20 20 90
E-Mail lw@natureoffice.com