

KRAUCHENWIES

Ruprecht Werbeland wird ein klimaneutrales Unternehmen

 LESEDAUER: 5 MIN

Dagobert Ruprecht möchte mit seiner Firma auch in Zukunft klimaneutral bleiben. (Foto: Mandy Streich)

10. Juli 2020

MANDY STREICH
Volontärin

[Drucken](#)

Die Firma Ruprecht Werbeland mit ihrem Sitz in Krauchenwies ist seit kurzem als klimaneutrales Unternehmen zertifiziert worden. Doch das Unternehmen um Inhaber Dagobert Ruprecht hat sich bereits ein weiteres Ziel gesetzt: Es möchte auch in der Produktion klimaneutral werden, wie der Geschäftsführer sagt. Das sei in dieser Branche jedoch nicht so einfach.

Die Firma teilt sich in zwei Bereiche auf. Rund 80 Prozent entfallen auf die Sparte Werbetechnik und 20 Prozent auf den Bereich Lackiererei, wie der Inhaber erklärt. Bereits vor zehn Jahren habe das Unternehmen in ein Blockkraftheizwerk investiert, um die Energiegewinnung optimieren zu können. Mit Hilfe der sogenannten Kraft-Wärme-Kopplung, bei der mechanische Energie unmittelbar in elektrischen Strom umgewandelt wird, konnten Schadstoffemissionen stark reduziert werden.

Im Jahr 2003 ist die Firma in den Branchenverbund Werbeland eingetreten, dem bundesweit 270 Betriebe angehören. „In einer Erfahrungsaustauschgruppe in diesem Verbund spielte auch das Thema Nachhaltigkeit eine große Rolle“, sagt Ruprecht. „Infolgedessen habe ich mir überlegt, was wir im Bezug auf den Klimawandel unternehmen können.“

Der erste Schritt war dann schnell umgesetzt: „Wir haben dann angefangen, zu normalen Terminen unsere kleinsten Autos, **Fiat** Pandas oder Fiat 500, zu nehmen und nicht die großen Sprinter“, sagt Ruprecht. „Ich brauche kein großes Auto, um mich gut zu fühlen.“ Weiter habe das Unternehmen einen ökologischen Fußabdruck erstellen lassen, der von den verwendeten Brennstoffen über Autos, Fahrtstrecken und den Stromverbrauch bis hin zu den Transportwegen die verbrauchten Tonnen Kohlenstoffdioxid in einer Bilanz festhält und diese auf ein Jahr hochrechnet. Bei der Firma Ruprecht sind das 138 Tonnen Kohlenstoffdioxid im Jahr, für die pro Tonne freiwillig ein bestimmter Betrag bezahlt wird, der beispielsweise zum Aufforsten von Wäldern verwendet wird, wie Ruprecht erklärt. Die Zertifizierung werde jedes Jahr neu berechnet. „Unser Verbrauch ist nicht so niedrig“, sagt er. In dieser Branche sei es aber nicht einfach, einzusparen, kämen doch viele Fahrtwege zu Kunden, ein hoher Verbrauch an Wärme in der Trocknung sowie die Arbeitswege der insgesamt 24 Mitarbeitern zusammen, welche auch zum ökologischen Fußabdruck zählen. Ruprecht plane deshalb in nächster Zeit, eine zusätzliche Photovoltaik-Anlage auf das Dach der Werbefirma zu bauen.

Darüber hinaus achte das Unternehmen genau auf die Mülltrennung. „Wir sind auch schon seit gut einem Jahr mit unseren Lieferanten und Herstellern in Kontakt, wie das Recycling dort vorangetrieben werden kann“, sagt Ruprecht. „Die ganze

Werbebranche ist sehr sensibel bei diesem Thema und möchte auch in Zukunft noch mehr in diese Richtung unternehmen.“

Ruprecht hofft, dass in sich Zukunft auch andere Firmen mehr Gedanken um den Klimawandel machen. „Es ist wenigstens ein kleiner Beitrag und treibt uns ja nicht in den Ruin“, sagt er. Auch wenn die Einnahmen und Aufträge des Unternehmens während der Corona-Zeit um rund 30 Prozent zurückgegangen seien, dürfe das Klima nicht aus den Augen verloren werden. „Für Corona gibt es irgendwann hoffentlich einen Impfstoff, aber das Klimaproblem wird weiterhin bestehen bleiben“, sagt er. Ein weiteres Ziel und eine weitere Herausforderung sei es nun, auch die Produktion des Unternehmens klimaneutral zu gestalten, dafür gebe es aber im Moment noch keine konkreten Pläne.



0 Kommentare

 Schwäbische

© Schwäbischer Verlag 2020

