

# Wie bitte? Klimaneutrale Agentur?

Gespräch mit Benno Frick, Inhaber der Agentur Frick & Partner, einer der ersten klimaneutralen Werbeagenturen in der Schweiz

Die Agentur für Marketingkommunikation wurde schon 1996 von der Allianz Schweizer Werbeagenturen ASW als überdurchschnittlich engagierte, inhabergeführte Agentur ausgezeichnet. Den Beweis trat sie Anfang 2010 einmal mehr an und wurde von der Schweizer Stiftung »myclimate« als klimaneutrale Werbeagentur zertifiziert und kompensiert alle auf den Arbeitswegen und im Arbeitsalltag der Agentur anfallenden CO<sub>2</sub>-Emissionen, indem in Klimaschutzprojekte investiert wird. »Mindestens die Hälfte unserer In-



vestitionen wird im Rahmen von Klimaschutzprojekten in der Schweiz kompensiert, der Rest fließt in Projekte in Schwellen- und Entwicklungsländern«, so Benno Frick.

## Nährstoffe statt Abfälle

Nun wissen wir ja inzwischen, was Druckereien bei einer Umwelt-Zertifizierung zu beachten haben – vor allem, was die Maschinen und Gerätschaft angeht. Aber wie läuft eine solche Zertifizierung für eine Werbeagentur ab? Die paar PCs sind ja nun wirklich kein Problem, könnte man denken. Doch Benno Frick sieht dies

weit realistischer. »Zuerst haben wir minutiös alle Emissionen erfasst, für die wir verantwortlich sind. Das beginnt auf dem Arbeitsweg, wo jeder gefahrene Kilometer und jeder Liter Treibstoff zählt. In der Agentur wird der Verbrauch an fossilen Brennstoffen, an Elektrizität und Frischwasser sowie der Papierverbrauch erfasst. Zudem erzeugt jede Tasse Kaffee CO<sub>2</sub>-Emissionen, ebenso wie Fahrten mit Öffentlichen Verkehrsmitteln und natürlich alle nicht recyclebaren Abfälle. Diese »Negativbilanz« wird in Tonnen CO<sub>2</sub> umgerechnet: jede Tonne kostet einen bestimmten Betrag.« Dass wir Emissionen heute mit Geld kompensieren, sei ein erster Schritt auf dem Weg von der Sensibilisierung hin zur Minimierung, da der kapitalistische Mensch nun mal am schnellsten über eine Delle im Geldbeutel lerne, so Benno Frick. Dabei stellt Frick fest, dass sich der Aufwand für die Zertifizierung in Grenzen gehalten hat. Es sei aber allemal eine interessante Erfahrung zu erkennen, wo der Mensch überall zur Klimaerwärmung beiträgt und wo er mit zum Teil geringem Aufwand zur Entlastung der Umwelt beitragen kann.

»Wenn man weiß, wie viele Kilowattstunden Strom jedes Jahr durch die Kabel einer Agentur fließen, überlegt man sich sehr wohl, wo Optimierungspotenzial schlummert

Es gibt in der Schweiz nur vier Werbeagenturen, die ihre ökologische Mitverantwortung vollumfänglich wahrnehmen und sich als »klimaneutral« bezeichnen dürfen. Die 1987 gegründete Full-Service-Agentur Frick & Partner GmbH aus Erlenbach ist eine dieser Agenturen und seit Jahresbeginn die erste klimaneutrale Kommunikationsagentur im Kanton Zürich.

und was in Zukunft bewusster angegangen werden kann«, so Benno Frick. Dabei denkt er zum Beispiel an die Energieeffizienz bei der Neubeschaffung von Hardware und Peripherie. »Wir werden in Zukunft genau darauf achten, nur Computer anzuschaffen, deren Netzteile einen Wirkungsgrad von mehr als 80% haben. Neue Peripherie wie Drucker oder Bildschirme werden bezüglich des Strom- und Standby-Verbrauchs ebenfalls genauer geprüft werden, als wir es vor ein paar Monaten noch getan hätten.«  
Allerdings besteht zurzeit kein Bedarf an Neuanschaffungen, weil die Geräte tadellos funktionieren. Und jedes noch funktionsfähige Gerät belastet die Umwelt, wird es grundlos entsorgt.

### Über das Geforderte hinaus

»Die Kompensation unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen kostet knapp 1% der jährlichen Wertschöpfung. Das halte ich für eine vertretbare und sinnvolle Größenordnung«, erläutert Benno Frick. Doch das spüren die Agenturkunden nicht. »Weil wir keinen Klimazuschlag erheben und niemanden dazu anhalten, auf Recyclingpapier zu drucken oder die Website mit Ökostrom zu betreiben.«  
Allerdings hätten die Kunden die Gewissheit, dass die Agentur nicht nur ihre Arbeit, sondern auch die ökologische Verantwortung ernst nimmt und über das Geforderte hinaus denkt und handelt. »Wir wollen das Leben auch weiterhin genießen und uns den Spaß an der Arbeit

nicht durch ideologische Prinzipien beschneiden lassen. Mir graust vor der Idee, alles nur noch im Toner-Sparmodus auf Recyclingpapier ausdrucken zu dürfen ...!«  
Und falls trotzdem jemand explizit eine klimaneutrale Werbeagentur wünscht, wäre es aus Sicht von Benno Frick sicher interessant zu sehen, aus welchen Gründen dies geschähe. »Wenn es um die ökologische Mitverantwortung ginge, wären wir zumindest ideell auf derselben Wellenlänge – und die Chemie zwischen Auftraggeber und Agentur ist bekanntlich wichtig. Wenn sich aber jemand lediglich ein grünes Mäntelchen umhängen und uns als »ökologische Hofnarren« halten wollte, würde der Kontakt wahrscheinlich nur von kurzer Dauer sein.«

### Ein Trauerspiel

Genau so konsequent wie diese Aussage sind auch die Beweggründe, die Benno Frick zum Schritt hin zur Klimaneutralität bewogen haben. »Ich habe das Trauerspiel zu Kopenhagen im Dezember 2009 mitverfolgt und konnte kaum fassen, dass Partikulärinteressen einmal mehr obsiegt haben und lediglich der Form halber eine Erklärung zur Kenntnis genommen wurde, die das Papier nicht wert ist, auf dem sie geschrieben steht. Deshalb haben wir beschlossen, im Rahmen unserer Möglichkeiten zu tun, was die vermeintlich Großen einmal mehr nicht geschafft haben.«

» [www.frick-partner.ch](http://www.frick-partner.ch)

## • • • • A&F-Seminar

### «Der nächste Innovationszyklus»

*A&F zeigt die wichtigsten Zukunftsperspektiven für die Medienwelt.*



Toni Kaufmann, Marcel Brunner, Christian Glanzmann

#### Cloud Computing verändert unser Leben – heute!

- Eine Standortbestimmung
- EMC als Technologielieferant
- SaaS-Beispiel: Google-Apps bei Ringier



Erich Hunkeler, Mario Kotschner, Jochen Uebel

#### Topnews aus der Publishing-Szene

- Adobes neue Welt – das Wichtigste zu CS5
- Ein Set von Praxisbeispielen für Verlage und Akzidenzbetriebe
- Multi Channel Publishing – jedem Kanal sein Inhalt



Martin Wicki, Stefan Schärer

#### Publishing-Prozesse aus Marketingsicht

- Assets und Produktinformationen zentral und vernetzt verwalten
- Zielgenaues Publizieren: kreativ, automatisiert
- Projekte workflowgestützt managen



Erich Hunkeler, Urs Felber, Roger Spindler

#### Luftschlösser, Visionen, Hypes?

- Ein neuer Druck? iPad und Gutenberg 2.0
- Social Media in der Medienwelt
- Von Clouds und einem digitalen Tsunami

**5. und 6. Mai 2010 in der Stadthalle Sursee**  
Weitere Informationen und Anmeldung unter [www.a-f.ch](http://www.a-f.ch)