



## Wie ökologisch ist unser Geld? – Louisenthal setzt auf mehr Nachhaltigkeit bei Banknotenproduktion

2019-07-15

München

Giesecke+Devrient

Der ökologische Fußabdruck einer Banknote hängt von vielen Faktoren ab. Hohe Produkthanforderungen an Sicherheit, Haltbarkeit, Funktionalität sowie Design stecken einen engen Rahmen beim Thema Nachhaltigkeit. Louisenthal, ein Tochterunternehmen des Technologiekonzerns Giesecke+Devrient Currency Technology, hat den Entstehungsprozess einer Banknote auf Nachhaltigkeit analysiert und nun eine Informationskampagne dazu gestartet. Sie soll auch Zentralbanken und Banknotendruckereien in ihren Bestrebungen nach mehr Nachhaltigkeit bei Banknoten unterstützen.

Ökologisch und fair hergestellte Rohstoffe, eine ressourcenschonende Produktion, wiederverwendbare Verpackungen und ein sinnvolles Recycling sind die wichtigsten Eckpfeiler eines nachhaltigen Produkts. Wie sieht der ökologische Fußabdruck im Lebenszyklus einer Banknote aus? Dieser Frage ist die Papierfabrik Louisenthal nachgegangen. Für die jetzt gestartete Nachhaltigkeitskampagne unter dem Motto „Life of a banknote“ hat der internationale Hersteller von Banknotenpapier und Sicherheitsfolien die einzelnen Schritte in der Wertschöpfungskette unter die Lupe genommen und nach Nachhaltigkeitsaspekten analysiert. Die Kampagne zeigt, wo Nachhaltigkeit bereits heute eine Rolle spielt und welche Schritte geplant sind, um den Lebenszyklus und damit die Öko-Bilanz im Leben einer Banknote zu verbessern. Die wesentlichen Aspekte konzentrieren sich auf vier Themenschwerpunkte: Rohstoffe, Produktion (Energie, Wasser, Standort), Transport (Verpackung, Logistik) sowie Entsorgung und Recycling.

### Nachhaltigkeit beim Rohstoff

Im Kern besteht das Banknotensubstrat aus Baumwolle. Louisenthal verwendet für die Herstellung fast ausschließlich ein Abfallprodukt der Textilindustrie: kurze Baumwollfasern, auch „Kämmlinge“ genannt. Auch wenn der Rohstoff damit gerade einmal 0,372 Prozent der weltweiten Rohbaumwolle ausmacht und die Marktstruktur beim Einkauf sehr komplex ist, strebt Louisenthal an, künftig mehr „fairtrade“ produzierte und bio-zertifizierte Baumwolle einzusetzen.

## Ressourcenschonung bei der Produktion ist Pflicht

Die Herstellung von Banknotensubstrat und Sicherheitsfolien ist ohne Strom, Wärme und Wasser nicht möglich. Gleichzeitig gibt es vielfältige Möglichkeiten, Ressourcen einzusparen. Louisenthal hat in den vergangenen Jahren bereits 15 Millionen Euro in eine ressourcenschonendere Produktion investiert. So erzeugt die Papierfabrik in Gmund am Tegernsee heute fast 25 Prozent ihres Strombedarfs vor Ort und CO2-neutral: Drei Wasserturbinen und eine Kraft-Wärme-Kopplung im Kesselhaus liefern im Schnitt zehn Gigawattstunden pro Jahr. Zudem hat sich mit Hilfe einer eigenen Abwasser-Reinigungsanlage der Wasserbedarf im Vergleich zu 2010 um 40 Prozent reduziert.

## Kein Greenwashing, sondern transparente Fakten

„Wie sauber soll unser Geld sein? Braucht Geld eine neue Moral? Muss Geld Bio sein? Mit diesen Kernfragen verfolgen wir eine ebenso herausfordernde wie transparente Kommunikation, um das Thema Nachhaltigkeit in der Papier- und Folienproduktion ehrlich und auf Augenhöhe zu diskutieren“, erklärt Clemens Berger, Vorsitzender der Geschäftsführung von Louisenthal. „Unser Ziel ist kein Greenwashing, sondern eine realistische Bestandsaufnahme: Was läuft schon gut? Wo geht's noch besser? Wir wollen, dass unsere Banknoten aus möglichst umweltverträglichen Rohstoffen bestehen sowie möglichst umweltschonend produziert, verteilt, verarbeitet und entsorgt werden.“

Die Fakten dazu hat Louisenthal in einer Zeitung zusammengefasst, die online [hier](#) ■ abrufbar sind. „Wir geben damit auch unseren Kunden kompaktes Informationsmaterial an die Hand, das sie für ihre eigene Kommunikation in der Öffentlichkeit einsetzen können“, ergänzt Berger.

## Über Giesecke+Devrient

Giesecke+Devrient (G+D) ist ein weltweit tätiger Konzern für Sicherheitstechnologie mit Hauptsitz in München. Innovationen von G+D machen das Leben von Milliarden von Menschen in der digitalen und physischen Welt sicherer. In den Bereichen Bezahlen, Konnektivität, Identitäten und Digitale Infrastrukturen gehört G+D mit seinen Produkten und Lösungen zu den Markt- und Technologieführern.

Das 1852 gegründete Unternehmen erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2018 mit 11.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 2,25 Milliarden Euro. G+D ist in 32 Ländern präsent. Zu den Kunden zählen unter anderem Zentral- und Geschäftsbanken, Mobilfunkanbieter, Automobilhersteller, Krankenkassen sowie Regierungen und Behörden. Weitere Informationen: [www.gj-de.com](http://www.gj-de.com).