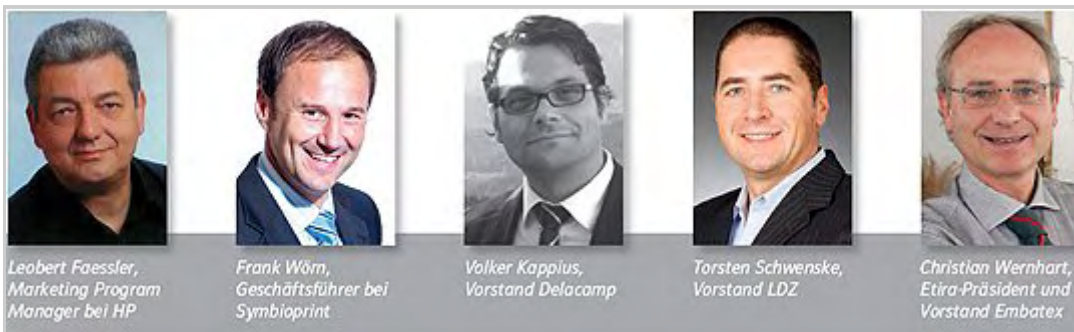


## Alles Bio – oder was?

**Tinte + Toner** | Auch bei Supplies rückt Nachhaltigkeit immer weiter in den Fokus. Das Schlagwort „Biotoner“ bestimmt dabei zunehmend die Diskussion. Doch wie sind diese Produkte einzuordnen und welches Potenzial bieten sie dem Handel?

„Biotoner an sich gibt es genaugenommen gar nicht“, weiß Volker Kappius, Vorstand des Toner-Zulieferers Delacamp. Vielmehr spreche man von biobasiertem Toner. Biobasiert bedeutet, dass Teile des Toners aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt werden. So soll die Abhängigkeit von zunehmend teurer werdenden und nur begrenzt verfügbaren fossilen und mineralischen Rohstoffen verringert werden. Nach Ansicht der Hersteller bergen die Produkte das Potenzial zur Energieeinsparung und zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und auf lange Sicht die Möglichkeit für eine nachhaltige industrielle Produktion.

Derzeit bietet Delacamp unter dem Namen „BioBlack“ biobasierte Toner an. Der biobasierte Anteil bei „BioBlack“ wird aus einer Mischung aus Mais, Baumwollsaamen, Soja und anderen nachwachsenden Rohstoffen hergestellt. Zwar gibt es noch keine komplette Life-Cycle-Analyse für biobasierte Toner. „Hier stehen wir auf gleicher Stufe wie Elektroautos oder viele anderen, auf Nachhaltigkeit ausgelegte Produkte“, sagt der Delacamp-Vorstand. Die Einsparungen von Erdöl und bei CO<sub>2</sub>-Emissionen könnten aber geschätzt werden, so dass ein Kilogramm „BioBlack“-Toner mit einem biobasierten Anteil von 34 Prozent nach Herstellerangaben zirka 0,61 Liter Erdöl und rund 460 Gramm CO<sub>2</sub> gegenüber einem Kilogramm vergleichbarem, rein erdölbasiertem Toner spart.



„Bei Biotonern handelt sich nicht um eine neue Drucktechnologie, sondern um eine Verbesserung einer ausgereiften Technik“, erklärt Frank Wörn, Geschäftsführer bei Symbioprint. Das Ehninger Unternehmen vertreibt die amerikanische Marke „Soyprint“ unter anderem in der DACH-Region. „Da Tonerpulver auch Hilfsstoffe wie Wachse, Farbpigmente und Metallpartikel enthält, die für die Funktion relevant sind, können nicht 100 Prozent des Toners durch biologische Stoffe ersetzt werden. Der Hauptbestandteil von Tonerpulver sind jedoch Kunstharze, die zu einem großen Teil aus Erdöl hergestellt werden. Dieser Anteil wird bei ‚Soyprint‘ nahezu vollständig durch Sojaöl ersetzt, was zu einem Bio-Anteil von 40 Prozent führt.“ In puncto Qualität kommt es laut Wörn zu keinen Verlusten. Schwärzungsgrad, Lichtechtheit seien identisch mit anderen Premium-Kartuschen. Und auch das Zusammenspiel von Toner und Druck-System könne wie bei konventionellem Tonerpulver den Druckwerken verschiedener Systeme angepasst werden. Im Moment ist der „Soyprint“-Biotoner für 39 Tonermodelle lieferbar. Im Frühjahr sollen weitere 20 Modelle folgen.

„Wir haben die einzelnen Komponenten der Kartuschen auf den verwendeten Biotoner abgestimmt, so dass es zu keinerlei Qualitätsverlusten kommt“, sagt auch Torsten Schwenske, Vorstand des Alternativ-Herstellers LDZ. Schwärzung und Reichweite seien identisch zu herkömmlichen LDZ-Produkten. Das Sortiment beschränke sich aktuell noch auf HP-Drucker, die mit Kompletmodulen arbeiten. „Tonerübertrag und auch die Fixierung im Drucker funktionieren einwandfrei.“

Bislang bieten alle Unternehmen, die Biotoner vertreiben, nur Monochrom-Toner an. Gründe hierfür sehen die Hersteller in der Bedeutung des Monochrom-Marktes. Zudem seien die Ansprüche moderner Farbsysteme an die Tonerqualität deutlich höher. Erste Color-Toner sollen jedoch in der zweiten Jahreshälfte auf den Markt kommen.

Skeptisch was das Thema Biotoner betrifft ist Christian Wernhart, Präsident der europäischen Interessensvertretung der Recycler Etira und Vorstand des in Feldkirchen ansässigen Alternativ-Herstellers Embatex. Auch Embatex habe Biotoner-Produkte angeboten bekommen, um diese auf dem europäischen Markt zu vertreiben. Generell sei man jederzeit offen für

neue Ideen und Innovationen, betont Wernhart. „Wir haben die Produkte getestet.“ Jedoch müssten die Produkte in puncto Qualität und Schreibleistung vergleichbar sein. Gerade moderne Druck- und Kopiersysteme jedoch stellen hohe Anforderungen an die Verbrauchsmaterialien. Die Qualität der Biotoner sei aber noch nicht ausreichend, meint der Eтира-Präsident.

Dennoch ist Wernhart überzeugt davon, dass, wenn die Produkte ausgereifter sind, Biotoner auch Thema sein werden. Unterscheiden müsse man zudem zwischen OEM- und Aftermarket. Hier sieht Wernhart vor allem für die Original-Hersteller Vorteile, weil diese Hardware und Verbrauchsmaterialien bereits bei der Entwicklung aufeinander abstimmen können.

„Wir konzentrieren uns darauf, unseren Kunden die besten Tonerkartuschen und Drucksysteme anzubieten, um ihre Arbeit effizienter zu gestalten. Allerdings gibt es momentan keine Toner aus Soja- oder Bio-Materialien von HP, da sich noch nicht die gleichen Qualitätsstandards wie bei konventionellen Tonern anbieten lassen“, sagt Leobert Faessler, Marketing Program Manager bei HP. Als eines der führenden Unternehmen entwickelt HP seine Toner stetig weiter. „Auch beim Thema Umweltschutz investieren wir unter der ‚Design for Environment‘-Prämisse kontinuierlich in neue Lösungen. Wir konzentrieren uns im Laserbereich darauf, die Toner so umweltfreundlich wie möglich zu entwickeln, zu produzieren und zu recyceln“, betont der Manager.

Auch bei Canon ist man zurückhaltend. „Da das Thema noch sehr neu und unerforscht ist, verhält sich Canon zurzeit noch abwartend, bis uns Testergebnisse vorliegen“, sagt Franz-Josef Pesch, Environment, Quality, Product Safety Specialist bei Canon Deutschland.

Anders sieht es bei renommierten Alternativherstellern wie Pedro Schöller oder LDZ aus, die das Thema gezielt forcieren. Gerade für den Handel sehen die Anbieter gute Chancen, sich mit den „grünen“ Supplies vom Wettbewerb zu differenzieren. „Nachhaltigkeitsansätze gibt es in fast jedem Unternehmen“, sagt LDZ-Vorstand Schwenske. Die Bereitschaft von Unternehmen, im Rahmen von CSR-Aktivitäten (Corporate Social Responsibility) auf freiwilliger Basis auch ökologische Belange in ihr unternehmerisches Handeln zu integrieren, wachse. „Der Händler, der sich auf das veränderte Nachfrageverhalten einstellt, ist nicht nur als Erster auf dem Markt, sondern kann sein Image dementsprechend aufbauen. Alle Elemente der Nachhaltigkeit werden in der Öffentlichkeit zunehmend thematisiert, und hier gilt es, als qualifizierter Fachhändler gewappnet zu sein.“ In diesem Zusammenhang dürfe man auch nicht vergessen, dass bisher kein OEM-Hersteller Biotoner auf den Markt gebracht hat. „Die fehlende Vergleichbarkeit eröffnet weiteres Potenzial, seine Kunden zu begeistern.“

[www.biotoner.de](http://www.biotoner.de)

[www.canon.de](http://www.canon.de)

[www.delacamp.de](http://www.delacamp.de)

[www.hp.com/de](http://www.hp.com/de)

[www.ldz.de](http://www.ldz.de)

[www.symbioprint.de](http://www.symbioprint.de)

(21.01.11)