

DAS PRINT-PARADOXON



Es ist paradox: Während Papierverpackungen als Alternative zum Kunststoff von Konsumenten positiv bewertet werden, stehen Druckprodukte aus grafischen Papieren zunehmend in der Kritik. Warum dem so ist, hat sich Marko Hanecke für uns angesehen.

Auch wenn jeder Konsum, von der Dusche, über die Google-Suche bis zum Butterbrot, seine Spuren hinterlässt, sieht sich die Druck- und Papierbranche einem Rechtfertigungsdruck ausgesetzt, der im Vergleich mit anderen Gütern und Dienstleistungen ungerechtfertigt erscheint. Denn Papier, in Form von Werbung und Verlagsprodukten, steht oft zu Unrecht am Pranger, wie folgende Daten und Relationen zu CO₂-Emissionen und der Waldnutzung belegen.

Klimakiller Papier?

Auch wenn die öffentliche Wahrnehmung eine andere ist: Der CO₂-Fußabdruck, den die Druckindustrie mit ihren Produkten hinterlässt, ist im Vergleich zu anderen Emittenten ausgesprochen klein. Leider konzentrieren wir uns in unserer Branche primär darauf, die Emissionen von Druckprodukten mit denen von digitalen Medien zu vergleichen. Dabei erscheint eine Gegenüberstellung mit anderen Konsumgütern deutlich griffiger. Betrachten wir dieses Magazin, das rund 600 Gramm CO₂ in die Welt brachte, und ziehen eine Relation zu anderen alltäglichen Produkten und Dienstleistungen, ergeben sich erhellende Einsichten (siehe Tabelle rechts).

Auch wenn hier bewusst Äpfel mit Birnen verglichen werden und diese Werte aufgrund unterschiedlicher Modelle und Berechnungsmethoden nur eine Tendenz erlauben, erkennen Sie anhand dieser Gegenüberstellungen, dass Druckerzeugnisse im Verhältnis zu anderen alltäglichen Emittenten relativ wenig CO₂ verursachen. Und da Print, anders als beim Konsum digitaler Inhalte, während der Nutzungszeit keine zusätzlichen Emissionen erzeugt, können wir das Gedankenspiel fortführen.

Angenommen, drei Personen aus Ihrem Betrieb sind jeweils eine Stunde mit diesem Magazin beschäftigt. Dann ergibt sich ein Wert von 200 Gramm CO₂ pro Nutzungsstunde. Das ist fünfmal weniger als eine heiße Dusche pro Minute verursacht, vierzehnmal weniger als eine einzige Rose aus den Niederlanden und entspricht ungefähr der Menge CO₂, die ein Mittelklassewagen pro Kilometer emittiert.

Egal ob absolut oder relativ betrachtet: Das Lesen aus gedruckten Publikationen ist im Vergleich mit anderen Gütern und Dienstleistungen eine klimaschonende Angelegenheit. Eine relative Bewertung mit Bezug zur Nutzungszeit zeigt uns zudem eindringlich

auf, wie wichtig es ist, kurzlebige Produkte, wie wir sie aus dem werblichen Kontext kennen, möglichst attraktiv zu gestalten. Es macht folglich einen Unterschied, ob ein Mailing nach 6 oder 60 Sekunden entsorgt wird.

Wie viel Wald steckt im Papier?

Papier steht auch aufgrund des Rohstoffs Holz in der Kritik. Um die Relevanz von Papier im Gesamtkontext der Waldnutzung beurteilen zu können, ist es hilfreich zu wissen, wie viel Wald im Papier und in anderen Gütern unseres alltäglichen Konsums steckt. Und tatsächlich ist es so, dass die Papierproduktion einen geringeren Einfluss auf die Wälder nimmt, als allgemein angenommen wird.

Laut bifa Umweltinstitut werden 51 % der weltweiten Rohholzgewinnung überwiegend für Möbel, Fußbeläge, Gebäude und Papierprodukte verwendet. 14-19 % der globalen Holzentnahme kommt in der Papierproduktion zum Einsatz, wobei neben dem Stammholz Sägewerkabfälle, Äste, Schad- und Durchforstungshölzer für die Zellstoffgewinnung verwertet werden. Hinzu kommt das Papierrecycling, ein Paradebeispiel für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft, das den Wald durch Kaskadennutzung entlastet. In Österreich liegt die Altpapiereinsatzquote bei über 50 % (2020). Altpapier ist folglich neben frischem Holz eine unverzichtbare Faserquelle in der Papierproduktion. Auch wenn der Einsatz von Recyclingpapieren insbesondere bei kurzlebigen Produkten wünschenswert und sinnvoll ist, sollten wir Frischfaserpapiere nicht als ökologisch schlechten Konkurrenten betrachten. Vielmehr sind beide Papiersorten unterschiedliche Generationen einer Materialfamilie.

Und was passiert mit der anderen Hälfte der globalen Rohholzgewinnung? Die erschreckende Antwort lautet: 49 % des weltweit geschlagenen Holzes wird verbrannt. In Entwicklungsländern vorrangig, um auf primitiven Öfen Nahrung zuzubereiten und in der westlichen Welt, um elektrische Energie und Wärme zu gewinnen. Mit extremen Folgen für die Umwelt, denn Ruß-Emissionen absorbieren Sonnenlicht und heizen somit die Erdatmosphäre auf. Sie sind nach Kohlenstoffdioxid der größte Stimulus für den Klimawandel. In Europa wird Holz energetisch genutzt, weil diese Form der Energiegewinnung als besonders nachhaltig gilt. Doch die Feinstaubemissionen aus der Holzverbrennung übersteigen die Auspuffemissionen von Lkw und Pkw bei weitem. Dabei ist das Abfackeln von Holz ohne Zwischennutzung die denkbar schlechteste Form, diesen wertvollen Rohstoff zu nutzen. Durch die direkte energetische Verwertung entsteht zudem eine Nutzungskonkurrenz, die wiederum zu einem Anstieg der Holz- und Zellstoffimporte führt.

Der Wald gerät zusätzlich durch neue Landnutzungsformen, wie Soja- oder Palmölplantagen, durch Rinderwiesen und Infrastrukturprojekte unter Druck. Verschärft wird die Situation durch den Klimawandel, der wiederum zu mehr Dürren, Schädlingsbefall und Waldbränden führt. Es steht nicht gut um unsere grüne Lunge, auch, wenn die Waldflächen durch Aufforstungsprojekte in vielen

»Wenn nur ein kleinster Teil der Produkte für den Empfänger relevant sind, dann ist das keine gute Propaganda für ein Medium, das wir als nachhaltig proklamieren.«

Marko Heneke



Regionen der Erde wieder zunehmen. Die Papierindustrie hat jedoch einen deutlich kleineren Anteil an der Waldnutzung, als es in der Öffentlichkeit dargestellt und wahrgenommen wird.

Das Paradoxon auflösen

Auch wenn Gedrucktes im direkten Vergleich mit anderen Konsumgütern ökologisch deutlich besser abschneidet als allgemein angenommen, wird der Rechtfertigungsdruck vermutlich bleiben. Die Fehlinterpretation seitens der Öffentlichkeit liegt in meinen Augen auch darin begründet, da Gedrucktes Verschwendung unmittelbar sichtbar und erfahrbar macht. Wenn Mailings oder unadressierte Käseblätter unbeachtet und nach wenigen Sekunden im Abfall landen, wenn nur ein kleinster Teil, der in einem Katalog abgebildeten Produkte für den Empfänger relevant sind, dann ist das keine gute Propaganda für ein Medium, das wir als nachhaltig proklamieren. Neben den umweltschonenden Produktionsfaktoren, deren künftige Standards die Öko-Pioniere unserer Branche schon heute definieren, müssen wir uns auf dem Druck vor- und nachgelagerten Prozesse konzentrieren, früher mit am Tisch sitzen, Nachhaltigkeit gemeinsam mit Kunden ganzheitlich denken und erfolgreiche Produkte in die Welt bringen, deren Wert Auftraggeber und Rezipienten zu schätzen wissen. Das Paradoxon. **»Weniger ist mehr« kann dabei ein guter Kompass sein.**

Objekt	CO2
Graphische Revue	0,60 kg
Heiße Dusche, pro Minute:	1,00 kg
1 Steak, 250 Gramm:	3,3 kg
1 Mischbrot:	0,75 kg
1 Stück Butter, 250 Gramm:	6,0 kg
1 Tafel Schokolade:	0,35 kg
1 km Mittelklassewagen:	0,20 kg
Rose aus Niederlanden:	2,9 kg / Stk.
Hotelübernachtung, 3*:	16,9 kg p.P.
Hotelübernachtung, 5*:	47,6 kg p.P.
Hauskatze:	1,00 kg / Tag
mittelgroßer Hund:	2,7 kg / Tag