

# GREENWASHING KONZERNE KORRIGIEREN ANTI-PAPIER-CLAIMS

*Two Sides* ist die globale Initiative zur Förderung der Nachhaltigkeit von Druck und Papier und führt seit einigen Jahren die erfolgreiche Anti-Greenwashing-Kampagne zur Beseitigung irreführender Umweltangaben, die zum Teil von einigen der weltweit grössten Unternehmen gemacht werden.

**W**er den Beitrag «Digital gut – Print böse?» in unserer Ausgabe 107 gelesen hat, dürfte jetzt ein Deja-vu erleben. Denn die Initiative *Two Sides* bestätigt einerseits unsere Zahlen und geht ihrerseits gegen Fehlinformationen und ungenaue Aussagen zu den Eigenschaften von Print- und Papierprodukten vor. Die missverständlichen Informationen werden von Behörden, Finanzorganisationen, Versorgungsunternehmen und anderen Dienstleistern in Umlauf gebracht, indem sie ihre Kunden ermutigen, auf elektronische Kommunikation umzusteigen. Statt sich jedoch zu den enormen Kosteneinsparungen durch Digitaltechnik zu bekennen, geben sie einen Motivationswechsel aufgrund unbegründeter Umweltangaben vor wie etwa «Go Green – Go Paperless» oder «Entscheiden Sie sich für die Online-Rechnung und retten Sie einen Baum». In der ersten Jahreshälfte 2019 überprüfte *Two Sides* die Websites und Mitteilungen von 102 Organisationen weltweit. Dabei wurden bei 69 Unternehmen unbegründete Angaben über die Auswirkungen von Druck und Papier auf die Umwelt festgestellt. Bisher haben 38 dieser Organisatio-

nen ihre Nachrichten entfernt oder geändert. Seit 2010 hat *Two Sides* gesamt 441 Unternehmen weltweit davon überzeugt, irreführende oder falsche Angaben zu ändern.

«Wir freuen uns sehr, dass unsere Bemühungen einen so grossen Einfluss auf einige der grössten und einflussreichsten Unternehmen und Organisationen der Welt haben. Trotzdem gibt es noch keinen Grund, sich auszurufen, denn es gibt noch viel zu tun, um Unternehmen davon zu überzeugen, dass es kontraproduktiv ist, Kunden in die Irre zu führen», sagt MARTYN EUSTACE, Vorsitzender von *Two Sides*. «Aus unseren Umfragen erkennen wir, dass sich irreführende Botschaften auf die Wahrnehmung der Verbraucher auswirken – insbesondere in Bezug auf die Umweltauswirkungen von Papier auf unsere Wälder. Darum ist es uns so wichtig, diese negativen Behauptungen weiterhin anzugehen.» Die Verbraucher wollen selbst entscheiden, wie sie Informationen und Unterlagen von Banken, Behörden und anderen Dienstleistern erhalten. *Two Sides* führte im Frühjahr 2019 eine internationale Umfrage unter 10.000 Verbrauchern durch. Diese ergab:

- 53% der Befragten denken, dass Anbieter einen Wechsel zur rein digitalen Kommunikation in Wirklichkeit nur vorschlagen, um Kosten zu sparen.
- 57% lehnen es ab, von Regierungen, Banken und andere Organisationen davon überzeugt zu werden, auf Papier zu verzichten, da sie Dokumente zu Hause ohnehin ausdrucken müssen, weil sie eine haptische Kopie wünschen.
- 81% glauben, dass sie das Recht haben zu entscheiden, wie sie ihre Kommunikation (gedruckt oder elektronisch) erhalten.
- 38% der Verbraucher würden einen Anbieterwechsel in Betracht ziehen, wenn sie dazu gedrängt werden, auf Informationen in Papierform zu verzichten.

## Papier vs. digital: Die Fakten

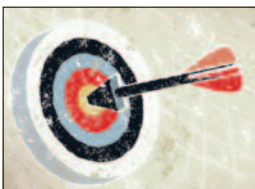
- 90% des von der europäischen Papierindustrie verwendeten Holzes stammt aus europäischen Wäldern.
- Die europäischen Wälder sind allein im Zeitraum von 2005 bis 2015 um eine Fläche, die der Grösse der Schweiz entspricht, gewachsen.
- Die europäische Papierrecyclingquote liegt bei über 72%.
- Die europäische Zellstoff- und Papierindustrie ist der grösste

Einzelverbraucher und gleichzeitig Produzent von erneuerbaren Energien in Europa.

- Der CO<sub>2</sub>-Ausstoss, der bei der Produktion einer Tonne Papier entsteht, wurde seit 1990 um 43% reduziert.
- Die IKT-Industrie macht etwa 2% der weltweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen aus, was den Emissionen des globalen Luftverkehrssektors entspricht.
- Handys, Laptops, Tablets und andere elektronische Kommunikationsmittel verursachen jedes Jahr etwa 9 Millionen Tonnen Elektroschrott.
- Cloud Computing Services verbrauchen jährlich doppelt so viel Strom wie das gesamte Vereinigte Königreich.

EUSTACE fasst zusammen: «Die Verbraucher sollten nicht ermutigt werden, durch irreführendes grünes Marketing auf Papier zu verzichten. Denn Papier ist ein erneuerbares und recycelbares Produkt, das eine nachhaltige Art der Kommunikation sein kann. Die Forst- und Papierindustrie ist auf nachhaltige Wälder angewiesen. Denn sind sie die wichtigsten Hüter dieser wertvollen und nachwachsenden Ressource.»

> <https://de.twosides.info>



## Die cleveren Jobplattformen für Kommunikation & ICT:

- reichweitenstark und trotzdem zielgruppenfokussiert inserieren
- CV-Datenbank mit Matchingtool «QualiProfil»
- Social Media-, Partnernetzwerk- und Fachpresse-Präsenz

**VON FACHLEUTEN FÜR FACHLEUTE:** Die Jobplattformen für Medien, Kommunikation, Marketing, Informatik & Telekommunikation

medienjobs.ch  
ictjobs.ch

Sie wirken natürlich, vermitteln mit ihrem Volumen und der hochwertigen Oberfläche eine angenehme Haptik und punkten mit hoher Weisse und Opazität.

# Plano®

Naturpapier — Pur.



PlanoArt®

## Die stilbewusste Kreativkatze im Papierreich

Das pigmentierte Naturpapier lässt ein Feuerwerk der Farben steigen und bringt jede künstlerische Idee detailgetreu zum Ausdruck – und sei sie noch so ambitioniert. Die sanfte, erhabene Haptik erinnert an die grossen Schauspiele der Schöpfung: an den Sternenhimmel, Regenbogen, Wasser Spiegelungen. Ein Garant für hochwertige Erlebnisse.

Wir beraten Sie gerne. Die Plano®-Linie findet in vielen Anwendungsbereichen ihren Einsatz. Ob für Geschäftsausstattungen, Broschüren, Flyer, Mailings oder sogar Kalender, Bedienungsanleitungen und Beipackzettel. Bestellen Sie Ihr persönliches Musterset 058 580 58 00 — [marketing.ch@papyrus.com](mailto:marketing.ch@papyrus.com) — [www.papyrus.com](http://www.papyrus.com)

PAPYRUS 