

Denkt bitte auch jemand an die Kunden?

Ein Kommentar zum Streit um das gemeinsame Ziel Nachhaltigkeit und Ökologie

Wir möchten in diesem Zusammenhang weder Partei ergreifen, noch das eine oder andere Modell besonders hervorheben – obwohl wir unsere eigene Meinung zu diesem Themenkomplex haben. Und wir möchten auch keine Empfehlungen aussprechen, außer der, dass jeder etwas für den Klimaschutz tun sollte – wobei nicht alles gleich perfekt sein muss. Auch erste und kleine Schritte sind wichtig, um einen Beitrag zum Erfolg zu leisten.

Deshalb möchten wir die Diskussion um Ökologie, Nachhaltigkeit und »klimaneutrales Drucken« weiter am Leben halten und so verstehen wir auch die nachfolgenden Artikel: als Diskussionsbeiträge zu einem Thema, das dringend weiter verfolgt werden muss. Von uns allen.

Unversöhnliche Verbandspolitik

Um so verwunderlicher, dass dieses gemeinsame Ziel nicht auch gemeinsam verfolgt wird. Bereits am 23. Februar 2009, beim »Ökologie-Forum Print« vom »gib« Zürich, wurde offensichtlich, dass es deutliche Unterschiede bei den Modellen der Verbände und deren praktischer Durchführung gibt – und dass auf Verbandsebene offensichtlich Unversöhnliches aufeinander prallt.

Dabei böte sich gerade bei dieser Thematik die Chance, dass beide Verbände an einem Strang ziehen – ohne Gezanke und Politisieren. Und es wäre die fantastische Möglichkeit, länderübergreifend – zumindest im deutschsprachigen Raum gemeinsam zu marschieren.

Streit hilft am wenigsten

Denn was nützt es Kunden unserer Branche, wenn die eine Druckerei mit dem Label X, die nächste mit Label Y zertifiziert ist? Für Drucksachenbesteller entsteht dadurch eher Verwirrung als Klarheit. Viele Drucksachekunden sind ja heute schon mit den Labels rund um Papier, Energie etc. völlig überfordert. Was im schlimmsten Fall dazu führt, dass der Kunde das Drucken sein lässt und seine Informationen ins Internet stellt.

Geht das Gezerre um die Nachhaltigkeitskonzepte weiter, verspielt die Branche die Chance, sich als »saubere« und fortschrittliche Industrie im Gedächtnis der Öffentlichkeit zu verankern. Die bisher positiven Ansätze aus Sicht einer klugen Öffentlichkeitsarbeit waren in der Tat wirkungsvoll – auch wenn noch mehr daran gearbeitet werden könnte und müsste. Dabei allerdings hilft ein Streit am allerwenigsten.

Eigentlich war absehbar, dass es zum Streit kommen musste. Weil die Themen Nachhaltigkeit und Ökologie per se emotional geprägt sind und weil leider viel zu viele der Auffassung sind, dass nur ihr Modell das richtige sein kann. Dabei wäre ein gemeinsames Vorgehen der Idealfall für Kunden und Druckereien.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

