

Ein Kontra dem Nachhaltigkeits-Gelaber

Vergleicht man die Maßnahmen zum Klimaschutz miteinander, steht die grafische Branche verdammt gut da!

Fast könnte man glauben, alle Welt sei auf dem »Öko-Trip« und das Klimaproblem wäre morgen erledigt. Das Gegenteil ist der Fall, die weltweiten Bemühungen stehen nahezu still. Die Politik ist nicht in der Lage, Fakten zu schaffen. Das belegt der gescheiterte Klima-Gipfel von Kopenhagen im letzten Jahr und das steht für den erneuten Ansatz in Cancun ebenfalls zu befürchten, an dem noch nicht einmal mehr Staats- und Regierungschefs teilnehmen. Die Konferenz in Mexiko ist schon vor ihrem Beginn offenbar zum Scheitern verurteilt.

Als Bösewicht hat man in den westlichen Ländern China ausgemacht. Weil wirtschaftliches Wachstum Energie braucht, ist das Land inzwischen zum weltweit größten Emittent des Treibhausgases Kohlendioxid geworden – in absoluten Zahlen. Pro Kopf liegt der Ausstoß jedoch noch immer hinter den Industrieländern. Deshalb pochen die Chinesen darauf, dass Klimaschutz zuerst einmal eine Sache der Industrieländer sei, zumal ein erheblicher Teil der CO₂-Emissionen für Güter entstehe, die von amerikanischen und europäischen Unternehmen geordert würden, um billig verkauft zu werden. China also richtet den Zeigefinger

auf die Industrienationen. Die aber wollen für den Klimaschutz des Wirtschaftskonkurrenten China natürlich nichts bezahlen. Die Fronten sind verhärtet, ein internationales Klimaabkommen wird es wohl auf absehbare Zeit nicht geben.

Was bedeutet das für uns?

In Deutschland beispielsweise wurde ein Klimaschutzziel beschlossen, nach dem in 40 Jahren aus deutschen Industrieanlagen so gut wie kein CO₂ mehr in die Luft gelangen soll – ein Minus von 85% ist geplant (– 40% bis 2020). Auch EU-weit wollen Politiker Ziele ähnlicher Art durchsetzen. Experten bezweifeln jedoch, dass dies realisierbar ist. Denn wenn nur bei uns der Hebel angesetzt, die Energiepreise und die Kosten für den Klimaschutz steigen, werden in einer globalisierten Welt vor allem energieintensive Industrien in andere Länder abwandern. Das richtet in Europa erheblichen wirtschaftlichen Schaden an, hilft dem Klima, das ja global zu betrachten ist, aber nicht.

Da es in der Politik aber durchweg um das Vertreten wirtschaftlicher Interessen (auch der Lobbyisten) geht, wird man früher oder später von den definierten Zielen abweichen und der Industrie einmal mehr Zugeständnisse machen und – wie in

Das Thema Nachhaltigkeit ist in aller Munde und überaus populär. In fast allen Tageszeitungen und Magazinen wird darüber berichtet, umfangreiche Verlagsbeilagen liegen Zeitungen und Zeitschriften bei, Kongresse und Seminare zum Thema schießen wie Pilze aus dem Boden und die Industrie, allen voran die Autoindustrie, tut so, als hätte sie den Umweltschutz erfunden.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



Deutschland – statt die Industrie die Raucher mittels Erhöhung der Tabaksteuer die Zeche zahlen lassen.

Zum PR-Instrument verkommen

Da können einem schon Zweifel an den Bekenntnissen für den Umweltschutz kommen. Und es erhärtet sich mein Verdacht, dass die Diskussion um das zweifellos wichtige Thema Nachhaltigkeit zunehmend zum PR- und Marketing-Instrument verkommen ist. Da werden Selbstverständlichkeiten als große Taten gewürdigt und Regeln, an die sich alle halten müssen, als besondere Leistungen angekündigt. Eine ernsthafte Debatte über ehrlich gemeintes und langfristig orientiertes Handeln und Wirtschaften ist nahezu verstummt. Da ist in PR-Artikeln permanent von ganzheitlichen Ansätzen die Rede – und bei diesen Ansätzen bleibt es dann auch meist. Übrig bleibt Nachhaltigkeits-Gelaber auf niedrigem Niveau.

Zum Vorzeigen: die grafische Branche

Gemessen an dem ist die grafische Branche geradezu eine Vorzeige-Industrie. Seit Anfang 2003 berichtet der DRUCKMARKT bereits über die Thematik Ökologie. Das klingt noch gar nicht so lange, ist aber in Bezug auf die Aktivitäten der gesamten Branche eine Ewigkeit. Vor allem, weil man uns 2003 noch angeschaut hat und meinte, das sei nun nicht das Hauptproblem der Branche. Dabei waren wir in diesem Fall noch nicht einmal die Vorreiter. Zu diesem Zeitpunkt hatten in der Schweiz die Druckerei Feldegg und in Österreich Gugler Cross Media erste, aber nicht gerade zögerliche, Maßnahmen zum »Grünen drucken« längst realisiert. Erst einige Zeit später folgten Initia-

tiven der Verbände, das Thema wurde generell breiter diskutiert und in der Branche etabliert.

Nicht zu vergessen aber auch die Maschinenhersteller der Branche, die ihrerseits alles daran setzen, sowohl ihre Produktion nachhaltiger zu gestalten als auch die Maschinen auf einem Niveau anzusiedeln, das nachhaltiges Produzieren für die Druckereikunden möglich macht. Aber auch andere am Druck beteiligte Parteien wie Druckplatten-, Chemikalien- und Druckfarben-Hersteller (man denke nur an die chemiearme oder chemiefreie Plattenherstellung, an Druckfarben aus nachwachsenden Rohstoffen etc.) sind längst auf den Ökologie-Zug aufgesprungen.

Auch Papier wurde »sauberer«

Wären da nur nicht die Papierfabriken – mag man denken. Schließlich resultieren 80% aller CO₂-Emissionen einer Drucksache aus der Herstellung von Papier. Doch auch die Papierproduzenten haben in den letzten Jahren ihre Hausaufgaben gemacht.

So wurde beispielsweise die bei der Produktion entstehende Abfallmenge seit 1990 um rund 75% verringert, bei den Luftschadstoffen gab es einen Rückgang von etwa 80%. Zudem halbierte sich der Frischwasserverbrauch und die CO₂-Emissionen sanken nach einer Studie des VDMA (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e. V.) um mehr als ein Drittel. Und das trotz einer erheblich gesteigerten Papierproduktion.

So hat sich der Altpapiereinsatz in Deutschland seit 1991 von 6,4 Mio. Tonnen (t) auf 15,4 Mio. t mehr als verdoppelt und liegt je Tonne produzierten Papiers bei 68%. In Europa ist der Altpapierverbrauch im gleichen Zeitraum um etwa 90% gestiegen. Entsprechend ist der Einsatz

daiz

Was man täglich braucht, muss nicht nur gut, sondern hervorragend sein. Offsetplatten von **Fujifilm** Wer sich dafür entschieden hat, bleibt dabei.

chromos

starke Marken, starke Lösungen

Chromos AG, Niederhaslistrasse 12, CH-8157 Dielsdorf
Tel. +41 (0)44 855 50 00, www.chromos.ch

Offset | Digital Printing | Packaging and Label Printing | Post Press | Coding and Packing

Druckmarkt 56 ■ Dezember 2010 ■ 13

von primären Rohstoffen (Holz- und Zellstoff) von 57% auf 47% zurückgegangen. Zeitungspapier besteht heute fast zu 100% aus Altpapier. Der Energieverbrauch sank seit 1991 im europäischen Durchschnitt um 9% auf rund 4,4 MWh/t produziertes Papier, die energiebedingten CO₂-Emissionen aus der Papierherstellung wurden durch eine Steigerung der Energieeffizienz und Veränderungen im Brennstoffmix um mehr als ein Drittel (34%) auf rund 727 kg/t produziertes Papier gesenkt und der Frischwasserverbrauch im Papiergewerbe in Deutschland ist seit 1991 um 58% auf 18 m³/t Papier gesunken.

Trotz dieser erheblichen Fortschritte hält sich in der Öffentlichkeit hartnäckig die Meinung, dass für die Herstellung von Papier ganze Waldflächen geopfert würden. Übersehen wird dabei, dass die Papierindustrie (zumindest in Europa) mehr Wald aufforstet, als sie verbraucht – und das aus eigenem Interesse. Denn Ökologie ist die Lehre vom Haushalten. Das heißt ganz einfach auch: Man darf nicht mehr verbrauchen als wieder nachwachsen kann. Nach Angaben des Verbands der europäischen Papierindustrie CEPI kommen in Europa jährlich 33% mehr Bäume hinzu als gefällt werden. Initiativen wie etwa das Forest Stewardship Council (FSC) zertifizieren zudem die Papier-Produktionskette und geben Druckereien und deren Kunden die Sicherheit, dass die Rohmaterialien aus nachhaltigen Quellen stammen.

Noch zu wenig bekannt?

Zahlreiche Druckereien bieten ihren Kunden klimaneutrales Drucken an, haben ihre Gebäude umweltgerecht modernisiert, ihre Betriebe energieeffizient ausgestattet und ihre Prozesse optimiert.

Imposante Beispiele liefern insbesondere Zeitungsdruckereien, die durch Einsatz neuer Technik wie der wasserlos druckenden Cortina-Rotationsmaschine Tonnen an Chemie und wie im Fall der Druckerei der »Badischen Zeitung« in Freiburg 3.500 Tonnen CO₂ und 750.000 Liter Wasser im Jahr sparen. Oder wie beim »Südkurier« in Konstanz: Hier werden seit Einsatz der neuen Technik 430.000 Liter Trinkwasser, 11.000 Liter chemische Zusätze zur Feuchtwasseraufbereitung, 50% weniger Reinigungs- und Lösemittel sowie 100 Tonnen Papier jährlich eingespart. Zudem wird 15% weniger Strom verbraucht.

Alleine diese Zahlen zeigen das unglaubliche Potenzial, das in der grafischen Branche schlummert. Und ob man beim Energieverbrauch, bei Chemikalien oder beim Papier aus idealistischen Gründen spart oder aus Geiz und Knauserigkeit – beides läuft auf das Gleiche hinaus.

So betrachtet ziehen in der Druckindustrie inzwischen alle an einem Strang. Dennoch ist es ganz offensichtlich noch immer nicht gelungen, diese mehr als beachtlichen Erfolge in die breite Öffentlichkeit zu tragen. Hat also die gesamte Bran-

che den »Schmutzfink« abgelegt, ohne wirksam und »nachhaltig« darüber zu reden?

Denn noch immer gelten Druckereien als Umweltverschmutzer, die elektronischen Medien hingegen als »sauber«. Dass dem nicht so ist, zeigen zahlreiche Untersuchungen (siehe nebenstehenden Kasten und den Beitrag auf Seite 16). Oder wussten Sie, dass die Herstellung eines PCs samt Monitor 2.790 kWh Energie, 1.500 Liter Wasser, 23 kg Chemikalien und 500 bis 1.500 kg Rohstoffe verschlingt und dabei 850 kg Treibhausgase freisetzt?

Intensiver informieren

Allerdings kann die Branche ihre Erfolge erst dann wirklich offenbaren, wenn auch die Kunden und Auftraggeber mitziehen. Denn wenn nur ein Glied dieser gesamten Kette (vom Papierhersteller bis zum Verbraucher) ausfällt, haben auch die anderen keine Chance.

Wir alleine können die Druckereikunden nicht erreichen und über die Erfolge informieren. Das müssen die Druckereien im direkten Kundenkontakt: noch intensiver über Nachhaltigkeit informieren. Denn im Vergleich zu anderen Industrien muss sich das druckende Gewerbe sicherlich nicht verstecken. In Sachen Ökologie kann man der Druckindustrie sogar attestieren, dass sie eine Vorreiterrolle spielt.

18g

KOHLENDIOXID

beziehungsweise CO₂ werden bei jeder eBay-Auktion freigesetzt. Bis zum 25. Mai waren es in Deutschland im Jahr 2010 bereits 60,13 Millionen, in der Schweiz 32,04 Millionen. Da kommen wir schon mal schnell auf rund 1.800 Tonnen nach einem halben Jahr und hochgerechnet auf ein Jahr auf 3.600 Tonnen.

Eine Suchanfrage bei Google benötigt durchschnittlich so viel Strom wie eine Energiesparlampe zu 4 W in einer Stunde (die Zahl stammt aus dem Jahr 2007). Wie viele Suchanfragen es bei Google gibt, wissen wir nicht genau, es sollen nach Schätzungen für 2010 in Deutschland 140 Millionen Anfragen täglich und weltweit etwa 131 Milliarden sein. Eine gigantische Summe! Kein Wunder, dass der CO₂-Ausstoß der Informationstechnik in Deutschland inzwischen höher ist als der des Luftverkehrs. Und eine virtuelle Identität in der Online-Welt Second Life verbraucht jährlich so viel Strom wie ein Ein-Personen-Haushalt.

Quellen: Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung GmbH, ITZ, Berlin; www.statista.com

Nutzen Sie die Erfahrung eines versierten Lead-Auditor beim Aufbau und der Pflege von prozessorientierten Management-Systemen:

- Qualitäts-Management nach ISO 9001
- Umwelt-Management nach 14001
- BRC/IoP für Verpackungen
- Arbeitssicherheit
- FSC
- Klimaneutrales Drucken

Als Experte für Audits mit intensiven Erfahrungen in der Druckindustrie kann ich Ihnen die Vorbereitung auf die Zertifizierung wesentlich erleichtern und das Optimierungspotential in Ihrem Unternehmen erschliessen.

Projektweise, tageweise, nach Bedarf stehe ich Ihnen als Berater und Mitarbeiter auf Zeit zur Verfügung. Gerne komme ich zu einem kostenfreien Informationsgespräch zu Ihnen ins Haus.

Willy Ringisen

Unternehmensberatung
Blattenstrasse 11c
9052 Niederteufen
Tel. +41 (0) 71 333 1882
Fax +41 (0) 71 333 1882
Mob. +41 (0) 79 335 1986
ringise@bluewin.ch



KBA Rapida 106. Das innovative Rüstzeit-Wunder.

Seit der drupa 2004 setzt die Hightech-Bogenoffsetanlage Rapida 105 in punkto Automatisierung, Leistung, Flexibilität und Innovation die Benchmarks im Mittelformat. Zur drupa 2008 legte die neue Rapida 106 bei Rüstzeiten, Qualitätsmanagement, Bedienerentlastung, Makulatureinsparung und Wirtschaftlichkeit noch einen drauf. Alles drin. Alles dran. Alles bestens. Für die neue Rapida 106-Mittelformatgeneration gilt das wirklich. Überzeugen Sie sich selbst.