

Papier oder Bildschirm?

Über die ökologische Verträglichkeit von gedruckten und elektronischen Medien gibt es häufig falsche und klischeehafte Vorstellungen. Die Denkfabrik Visuelle Kommunikation präsentierte jetzt ein wissenschaftlich basiertes Tool, das die gesamte Ökobilanz der verschiedenen Medien berechnet.

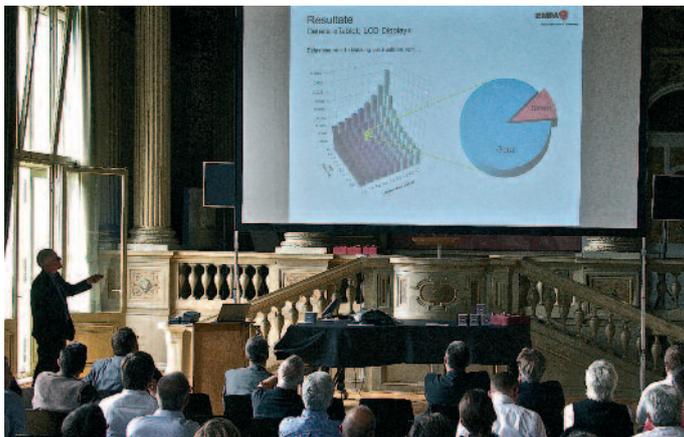
«Die Produktion von Printmedien verbraucht grosse Mengen von Papier und beeinträchtigt damit wertvollen Waldbestand», sagen die Befürworter elektronischer Medien und die Print-Fraktion entgegnet: «Aber elektronische Medien brauchen dafür viel Strom!» Dies belegt auch eine Studie des Bundesamtes für Umwelt (BafU). Danach benötigt das Internet in der Schweiz pro Jahr etwa 4,6 Terawattstunden, also knapp 8% des gesamten Stromverbrauchs und deutlich mehr als das Atomkraftwerk Mühleberg mit 3,0

Terawattstunden jährlich produziert. Andererseits ist es unbestritten, dass für die Herstellung von Drucksachen einerseits Papier (und damit Holz) und andererseits ebenfalls Energie benötigt und verbraucht wird.

WER HAT NUN RECHT? Die «Denkfabrik Visuelle Kommunikation», eine Vereinigung von Unternehmen aus der Druck- und Medienbranche, präsentierte jetzt ein Tool, das diese komplexe Frage differenziert beantworten kann: «mat», das Media Analytics Tool. Es berechnet wissenschaftlich basiert die Ökobilanz von Print und elektronischen Medien je nach Nutzungsart. «mat» soll so eine objektive Argumentationsgrundlage im Für und Wider von gedruckten und elektronischen Medien schaffen. Das Tool hat die Eidgenössische Materialprüfungs- und Forschungsanstalt Empa gemeinsam mit der Universität Zürich im Auftrag der Denkfabrik entwickelt.



«Mit «mat» erhält die Branche ein Instrument, mit dem sich Vorurteile zulasten von Drucksachen widerlegen lassen», erläutert **Rudolf Lisibach**, Projektleiter der Denkfabrik. Er sieht das Instrument als wertvolle Entscheidungshilfe für sachliche Diskussionen, wie umweltverträglich Medien wirklich sind, statt sich auf landläufige Meinungen zu verlassen. «Da über die ökologische Verträglichkeit von gedruckten und elektronischen Medien häufig falsche und klischeehafte Vorstellungen vorherrschen, haben wir mit «mat» ein Tool entwickeln lassen, mit dem sich die Umweltauswir-



Präsentation des «Media Analytics Tool» in der ehrwürdigen ETH Zürich.

wird, mehr als nur Kohlendioxid. Nämlich alle relevanten Stoff- und Energieströme sowie sämtliche Emissionen in Luft, Wasser und Boden, die über den gesamten Lebenszyklus eines Mediums zusammenkommen und sich auf die Umwelt auswirken – von der Gewinnung der Rohstoffe bis zur finalen Entsorgung.» Die Empa hat bei der Entwicklung von «mat» alle Komponenten genauestens berücksichtigt. Bei elektronischen Medien beispielsweise die elektronischen Bauteile der Hardware und bei Druckprodukten das Holz und andere Bestandteile zur Herstellung von Papier. «Mit «mat» können elektronische und gedruckte Medien aus ökologischer Sicht miteinander verglichen werden. Dabei lassen sich individuelle Nutzungsszenarien elektronischer Medien ebenso einstellen, wie die Art und Weise, wie mit gedruckten Medien umgegangen wird», erläutert **Roland Hischier**. Also: Welches Gerät wird wie lange benutzt? Wie viele Leser hat ein Printprodukt? Oder: Was ist der Seitenumfang und wie das Format?»

Die Denkfabrik stellt das Analysetool «mat» auf zwei Wegen zur Verfügung: Die Basisversion steht kostenfrei zum Kennenlernen und Testen im Internet zur Verfügung. Unternehmen und Institutionen, die tiefer in das Thema einsteigen wollen, können «mat» kaufen und mit allen Features einsetzen.

› www.denk-fabrik.ch/mat › www.empa.ch

DER SCHLAUMACHER

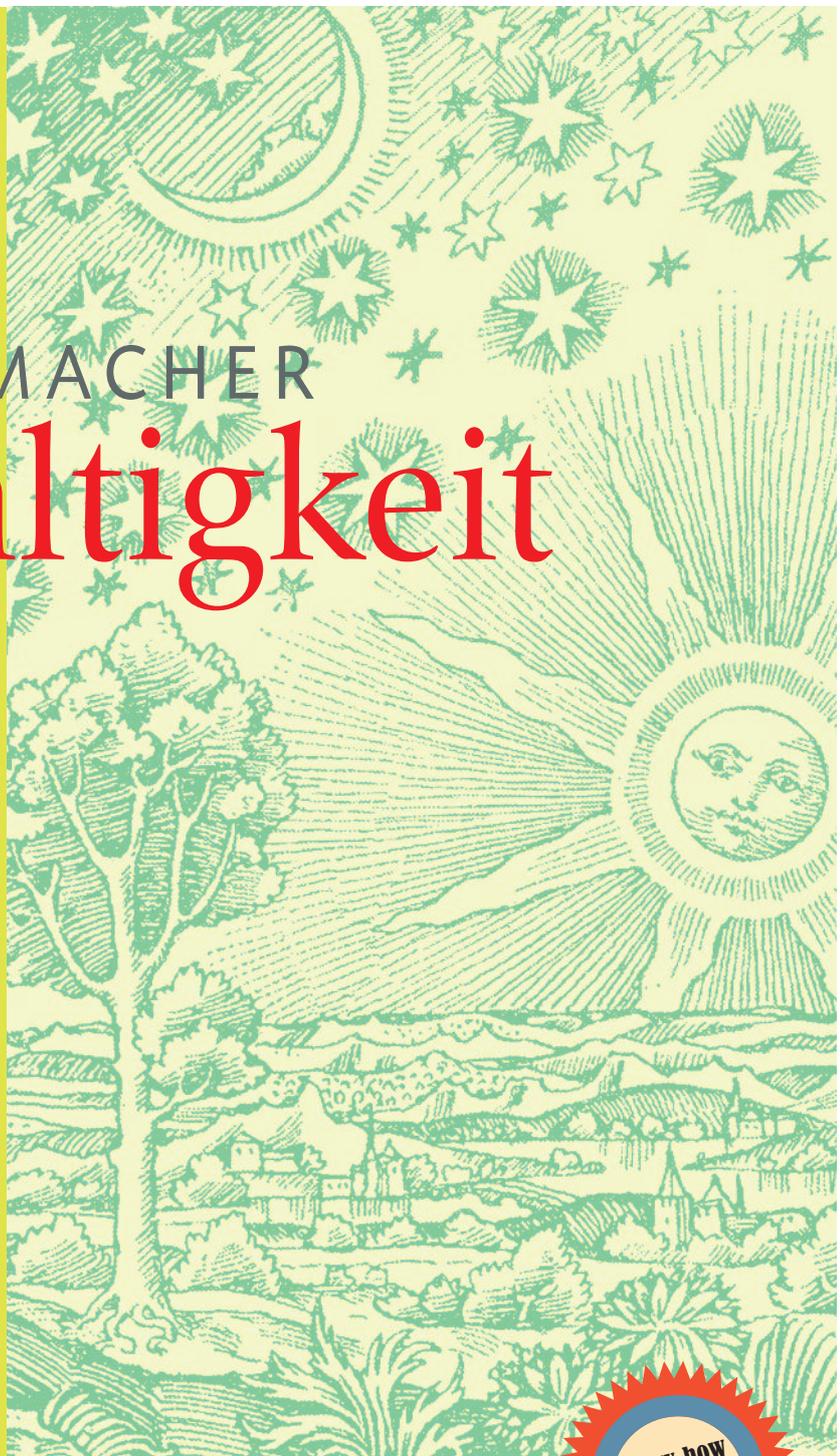
Nachhaltigkeit

Die Verschwendung von und der unachtsame Umgang mit Ressourcen hat ein erschreckendes Mass angenommen. Deshalb ist die konsequente Ausrichtung auf nachhaltige Aspekte auch in der Medienproduktion notwendig. Dabei können Auftraggeber und Drucker ihrer humanen und gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden und wirtschaftlich davon profitieren. Schliesslich vermeidet ökologische Produktion Fehler, Doppelarbeiten und unnötigen Materialeinsatz, reduziert Abfall sowie Entsorgungskosten und spart damit Geld und Zeit.

Es ist also höchste Zeit sich zu vergewissern, was sinnvoll, notwendig und machbar ist, um ökologisch fit und ökonomisch effektiv zu sein. Denn Ökologie ist das Denken über den Tag hinaus, eine Strategie, die mehr umfasst als aktuelle Tagesprobleme. Es ist vor allem auch das Gefühl, den eigenen Entscheidungen und Handlungen einen Sinn zu geben, der nachwirkt – der damit eben nachhaltig ist.



Dossier
Nachhaltigkeit
Nachhaltigkeit muss Teil der Medienproduktion werden. Wie? Das Heft informiert umfassend.
März 2012.
44 Seiten, A4.
19,90 € / 24.90 CHF.



Know-how
aktuell!

Diese und weitere Ausgaben der Druckmarkt Collection sind im Internet zu bestellen:
www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT COLLECTION
www.druckmarkt.ch