



# Die Zukunft ist grün

Vom beargwöhnten Öko zum umworbenen Lohas: Auch auf der drupa geht es um die Umwelt

Lohas achten zum Beispiel beim Einkauf sehr wohl darauf, was in ihren Warenkorb kommt: Produkte, die Ressourcen nachhaltig schonen und den schädlichen CO<sub>2</sub>-Ausstoß vermeiden. Gleichzeitig sind sie bereit, ein bisschen mehr dafür zu bezahlen. Wie wertvoll der Münchner Burda-Verlag diese Zielgruppe einschätzt, zeigt sein neuestes Gewächs: »Ivy« (= Efeu) ist »Deutschlands erstes Magazin für den neuen grünen Lifestyle« und wendet sich an die weltweit wachsende Gruppe, die einen nachhaltigen, gesunden und gleichsam genussorientierten Lifestyle pflegt. Ihre hohe Kaufkraft macht sie zu einem wichtigen Wachstumsfaktor für viele Branchen.

Die Zukunft des Kapitalismus ist also durchaus grün – diese These des Münchner Soziologen Ulrich Beck nimmt Erich Clef-Prahm, Leiter Unternehmenskommunikation der Papier Union, auf. In seinem Vortrag am Tag des Kommunikationsverbandes im drupacube, dem Print Buyer Pavillon zur drupa 2008, will er deutlich machen, »wie man mit einfachen kapitalistischen – sprich: am Gewinn orientierten – Maßnahmen etwas zum Schutz der Umwelt bewirken kann«.

Dabei gehe es nicht nur um Taten, sondern auch darum, den Kunden über die sozial- und umweltverträglichen Aktivitäten zu informieren.

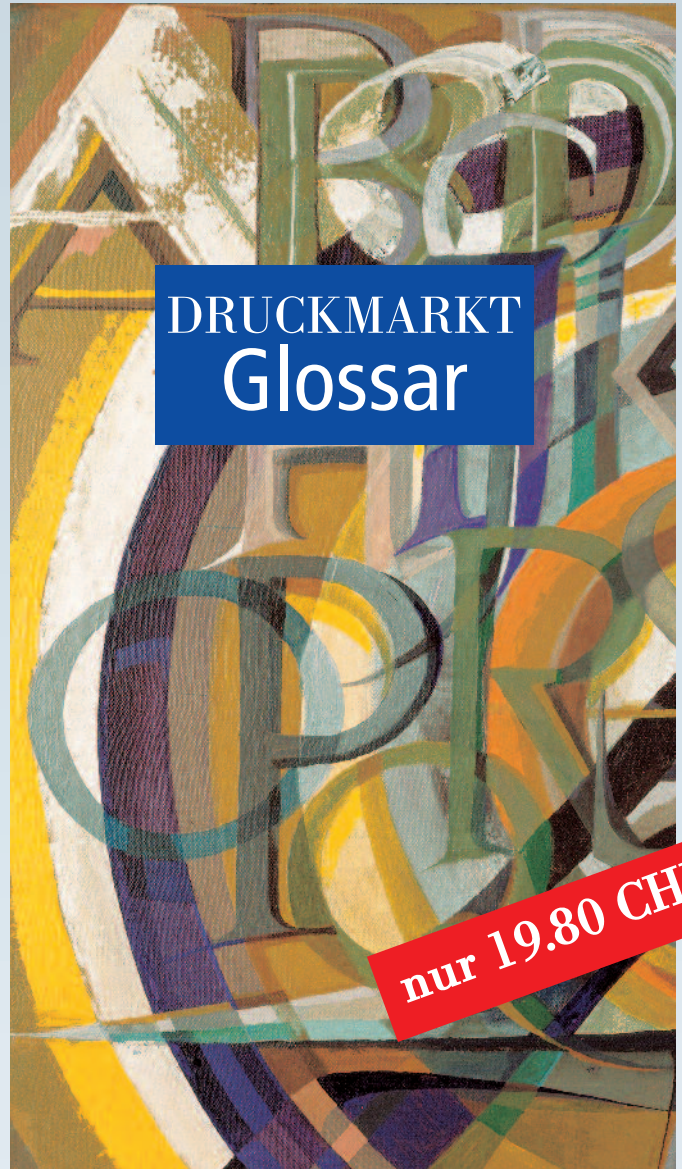
## Inspiration für ökologisch verträgliche Konzepte

Die drupa wird grüne Lösungen für jeden Bereich zeigen: Printprodukte aus zertifizierten Papieren, ökologisch verträgliche Druckfarben oder Energie sparende Druckmaschinen und Veredelungstechnologien sowie das gesamte Innovationspotenzial der Branche. »Wer künftig ökonomische und ökologische Belange nachhaltig in Einklang bringen will, sollte auf jeden Fall unsere Veranstaltungen zu diesen Themenfeldern im drupacube besuchen«, empfiehlt Ralph Scholz, Projektverantwortlicher des drupacube. »Denn Druckprodukte wie Katalog, Brief oder Zeitschrift, die in Konkurrenz zu Online-Medien stehen, sollten mit möglichst wenig Energie auskommen und die Ressourcen schonen.« Im kubusförmigen Veranstaltungspavillon zwischen den Hallen 1, 2 und 3 können die Symposiumsteilnehmer beispielsweise am Donnerstag, 29. Mai, am »Tag des Kommunikationsverbände« das Prinzip der nachhaltigen Informationen mit Experten diskutieren.

Seit das Engagement für die Umwelt belohnt wird – man denke an Al Gores oscargekrönte Dokumentation und den Nobelpreis – hat der Klimawandel auch Politik, Kultur und Gesellschaft verändert. Aus den einst beargwöhnten Ökos sind so genannte Lohas geworden. Damit beschreiben Marktforscher einen neuen Kundentyp – die Anhänger des »Lifestyle of Health and Sustainability«.

# Der hat aber auch auf alles eine Antwort!

4.500 Fachbegriffe aus Premedia, Publishing, Print, Digitaldruck und der Internet-Welt.



So schnell sich Techniken, Systeme und Funktionen verändern, so schnell entstehen neue Begriffe. **Hier ist ein Glossar und Lexikon, das kurz und knapp das Wesentliche erläutert.** Englische Grundbegriffe ebenso wie die endlose Litanei spezifischer Abkürzungen aus **digitaler Fotografie, Publishing, Multimedia, Druck, Digitaldruck sowie der Computer- und Internetwelt.** Ein idealer Begleiter am Arbeitsplatz, bei der Ausbildung, in Schule und Beruf. Kompetent und knackig-kurz, umfassend in der Wortauswahl und branchenübergreifend zugleich.

196 Seiten, Format 11,5 x 29,7 cm. 12,80 € plus Versandkostenpauschale.

Leicht bestellt im Internet: [www.druckmarkt-schweiz.ch](http://www.druckmarkt-schweiz.ch)  
oder direkt beim Verlag: Fax: +41 44 380 53 01.

Ja, ich will den Glossar! Senden Sie mir \_\_\_\_\_ Exemplare.

Name \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

PLZ, Ort \_\_\_\_\_

Datum, Unterschrift \_\_\_\_\_

Am 6. Juni referiert Rainer Litty, Leiter Produktion bei der Panda Fördergesellschaft für Umwelt mbH, Umweltstiftung WWF Deutschland, zum Thema »Klimaneutrale Medienproduktion – die Antwort auf den Klimawandel?« Weitere Vorträge am 29. Mai:

- Klaus Flettner, Präsident des Kommunikationsverbandes, Inhaber Change Communication: »Ideen und ihre Umsetzung – die Kommunikationswirtschaft im Spannungsfeld von Nachhaltigkeit, Effizienz, Konsequenz und Kreativität.«
- Adriana M. Nuneva, Senior Vice President Global Marketing, Heidelberger Druckmaschinen AG: »Ressourcen schonendes Produzieren im Print-Bereich.«
- Erich Clef-Prahn, Leiter Unternehmenskommunikation Papier Union: »Die Zukunft des Kapitalismus ist grün ... und wie Papier das dokumentieren kann.«
- Andreas Weckwert, Geschäftsführer, natureOffice OHG: »Tue Gutes und zeige es allen – nachhaltiger Klimaschutz als mehrwertige Markenbotschaft.«

**Tinten, Toner und Papier – wie soll das weitergehen?**

- [www.drupacube.com](http://www.drupacube.com)
- [www.messe-duesseldorf.de](http://www.messe-duesseldorf.de)

Auch Oliver Jendro, Senior Analyst bei der Münchner innoea consulting ist überzeugt, dass Hersteller, die

wirklich grün sein wollen, ihre Kunden künftig mit neuen Konzepten und Technologien überzeugen müssen. Er lädt am 5. Juni (14.00 Uhr) die Branchengrößen des Office Printing-Bereichs zum Green-IT-Roundtable in den drupacube ein. »Denn das Konzept des papierlosen Büros ist entfernter denn je«, weiß Jendro. Laut den Marktforschern von Gartner wurden 2007 rund 52,6 Millionen Drucker in Europa verkauft, knapp 4,3% mehr als im Vorjahr. Und nicht nur Herstellung, Transport und Betrieb der Geräte belasten die Umwelt. Tintenpatronen und Tonerkartuschen werden oft nicht recycelt. Dazu kommt, dass im vergangenen Jahr rund 800.000 Tonnen Papier allein in den Büros bedruckt wurden, 170.000 Tonnen mehr als vor zehn Jahren. »Beim Green-Printing-Roundtable werden wir namhaften Vertretern der Industrie die Möglichkeit geben, ihre Strategien darzulegen«, kündigt Jendro an. »Alle Besucher der offenen Veranstaltung sind dazu eingeladen, die Aussagen der Branchengrößen kritisch zu hinterfragen – wir freuen uns auf eine lebhaftige Diskussion.«