



NACHHALTIGE PRINTPRODUKTION **GELUNGENE DRUCK-ERGEBNISSE AUF RECYCLINGPAPIER**

Umweltschutz ist in der Printproduktion längst angekommen. Um Ressourcen zu schonen, wird Papier bis zu sieben Mal (Kartons bis zu 20 Mal) recycelt und Druckereien verringern seit Jahren den Gebrauch umweltschädlicher Chemikalien und Farben, um ihr Produkte klimafreundlich herzustellen. Und das ist beileibe nicht alles.

Text: Langebartels + Jürgens, #printproud | Bilder: Langebartels

Unternehmen, denen das Thema Nachhaltigkeit nicht wichtig erscheint, manövrieren sich langfristig aufs Abstellgleis. Denn Kunden und Partner fordern immer öfter Bekenntnisse zu ökologischem Handeln. Hektische Betriebsamkeit ist dann meist die Folge. Und auf der Suche nach saubereren Lösungen fällt Kommunikationsabteilungen dann meist nichts Besseres ein, als

erst einmal alle Printobjekte durch digitale Lösungen zu ersetzen. Keine gute Idee, finden nicht nur die Macher vom #printproudmagz. In der Titelstory der aktuellen Ausgabe nehmen sie sich deshalb schwerpunktmäßig dieses Themas an, räumen mit Vorurteilen auf, erklären Zusammenhänge und Lösungen, wie Printproduktionen eine echt saubere Sache sein können.

Dazu gehört auch eine eindrucksvolle Präsentation der gedruckten Ausgabe des #printproudmagz. Sie wurde nach dem höchsten ökologischen Druckstandard, dem *Blauen Engel*, produziert. Dabei kamen drei unterschiedliche Recyclingpapiere zum Einsatz – ein Material, das fast immer unterschätzt wird, da (selbst bei Druckern) noch immer die Meinung vorherrscht, die Druckqualität auf diesem grauen Altpa-

pier« sei bestenfalls befriedigend. Doch die vorliegende Ausgabe beweist, dass Recyclingpapiere längst nicht so grau sind wie angenommen, und dass herausragende Druckqualität auch auf ›Ökopapier« erzielt werden kann.

Unsicherheiten überwinden

Der Einsatz von Recyclingpapier macht ein Printprodukt maßgeblich zu einem nachhaltigen

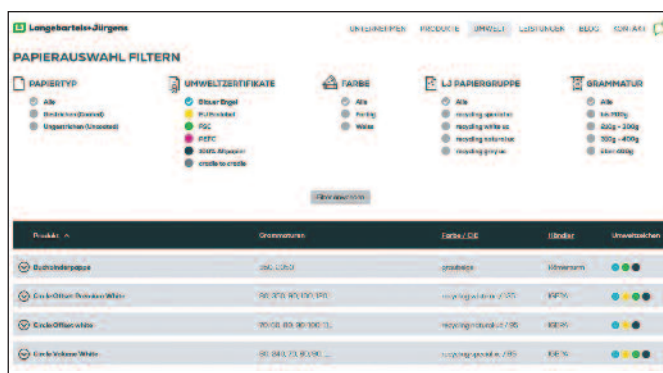
Druckprodukt. Warum ist dann aber der Anteil an Recyclingdruckprodukten immer noch verhältnismäßig gering? Weil die Praxis immer wieder zeigt, dass dem Einsatz von Recyclingpapier Unsicherheiten entgegenstehen. Die Unsicherheit etwa, das Druckprodukt könnte nicht wertig genug aussehen. Oder die Unsicherheit im Vorfeld, da es keine verlässlichen Farbproofs gibt und auch die Unsicherheit darüber, welche Recyclingpapiere es auf dem Markt eigentlich gibt und was sie unterscheidet.

Die Hamburger Druckerei *Langebartels* beschäftigt sich schon länger mit dem Druck auf ungestrichenen Papieren und war einer der Wegbereiter des ›Finest Uncoated Printing‹. Als nachhaltiges Unternehmen war es für die Druckerei eine Herzaufgabe, für Kunden und Kollegenbetriebe verlässliche Parameter zu schaffen, die den Einsatz von nachhaltigen Papieren fördern und schöne Druckergebnisse auf Recyclingpapier garantieren. Als Spezialisten für Colormanagement holte das Druckhaus MARIO DRECHSLER mit an Bord und startete mit ihm und einem ausgesuchten Mitarbeiterteam das Projekt ›Besser drucken auf Recyclingpapier‹.

Klar definierte Wegweiser

Es wurden alle am Markt verfügbaren Altpapiere gemessen, kategorisiert, angedruckt, ausgemessen, profiliert und optimierte Druckparameter definiert. Das Ergebnis sind klar definierte Wegweiser für Designer und Printproduktioner und für die Herstellung verbindliche und verlässliche Farbproofs für Recyclingpapiere in den unterschiedlichen Farbgruppen. Als zusätzliches Tool stellt *Langebartels + Jürgens* auf seiner Website eine Papierdatenbank zur Verfügung, in der sich Umweltpa-

piere nach Färbung, Grammatik und Umweltsiegel herstellernunabhängig finden lassen – ein unverzichtbares Werkzeug, um einen Überblick bei der Suche nach Recyclingpapier zu bekommen. Das Hamburger Druckhaus *Langebartels + Jürgens* verfügt inzwischen über angepasste Papierprofile für feine Druckergebnisse auf Recyclingpapieren und ein sogenanntes Umwelt-Papierarchiv.

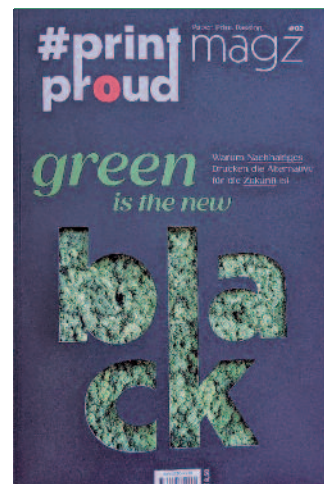


Nachhaltiges Drucken ist die Zukunft

Die Zusammenarbeit mit dem *Medienschrift BRuno*, Herausgeber des Magazins *#printproudmagz*, bot die Möglichkeit, das Projekt zu präsentieren. Schnell war man sich einig, mit der aktuellen Ausgabe ein Beispiel schaffen zu wollen, das zeigt, wie nachhaltige Printprodukte haptisch und optisch überzeugen können. Gedruckt wurde nach den strengen Richtlinien des *Blauen Engel* auf unterschiedlichen Recyclingpapieren der IGEPa. Motto der

Forschungsarbeit von *Langebartels + Jürgens* ist: ›Besser drucken auf Recyclingpapier‹. Mit der Initiative und Kampagne *#printproud* des Hamburger *MedienSchiff BRuno* werden Medienmacher vorgestellt, die mit Leib und Seele und voller Energie an und mit Printprodukten arbeiten. Weil sie daran glauben, davon überzeugt sind und weil sie wissen, dass Print weit mehr ist als bedrucktes Papier.

Das Magazin der Initiative mit dem naheliegenden Namen *#printproudmagz* berichtet über die Faszination gedruckter Medien, über außergewöhnliche Konzepte und Produktionen, über Enthusiasmus und Mut zum ›Anders-Sein‹. Zugleich wird mit jeder Ausgabe gezeigt, wie vielfältig und innovativ Mediengestaltung und Print sein können.
 > www.printproud.de
 > www.langebartelsdruck.de



#printproudmagz widmet sich in seiner aktuellen Ausgabe dem Thema Nachhaltigkeit. Die Themen im Heft:

- Nachhaltig produzieren: Wie es geht, warum es wichtig ist.
- Interview MARTIN LEMCKE: Recycling vs. Farbe – da geht mehr!
- Zehn Mythen über nachhaltige Medienproduktion im Faktencheck.
- YVONNE PFERRER, Schauspielerin und Influencerin, schreibt eine 2,5 kg schwere und 600 Seiten umfassende Reisedokumentation in Buchform, ökologisch nachhaltig gedruckt und zertifiziert.
- ROBERT AUER, Geschäftsleiter Kreation bei *Scholz & Friends*, ist Top-Werber mit Herz für Papier. ›Zahlreiche Branchen haben in Zukunft gar keine andere Wahl, als auf Print zu setzen‹, sagt er. Im Interview erklärt er auch weshalb.
- Warum der ›digitale‹ Weinhandler *Hawesko* auf umfangreiche Print-Kampagnen und Kataloge setzt, um Kunden nachhaltig zu binden.
- Print & Crime: Wie zwei Buchliebhaber den Krimi als Gesamtkunstwerk entwickeln und zeigen, dass man im Meer der Beliebigkeit nur durch Qualität auffällt und überzeugt.