STUDIE PRINT VS. ONLINE

PRINT SCHEIDET IM CO2-VERGLEICH BESSER AB

Wer ökologisch handeln und werben möchte, sollte den eigenen Medienkonsum genau durchleuchten und stärker auf Print setzen: Online-Werbung schneidet bei der Analyse des Treibhausgaspotenzials zum Teil deutlich schlechter ab als Print-Werbung. Vor allem Prospekte weisen eine signifikant geringere CO_2-Emissionsbilanz auf als ihre digitalen Gegenstücke.

Text und Bild: **Canon**

Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle LCA-Studie (Life Cycle Assessment) des *Öko-Instituts Freiburg*. Das Institut hat das Treibhausgaspotenzial von Print- und Onlinewerbung im Auftrag der Verbände *Bundesverband Druck und Medien, Austropapier, dpsuisse, Jorcon b. v.* (Niederlande) sowie dem *Verband Druck Medien Österreich* umfassend verglichen.
Untersucht wurden gedruckte Werbemittel wie Prospekte und Zeitungsanzeigen, die mit ihren digitalen Pendants Online-Prospekt oder Web-Banner verglichen wurden.
Die Studie basiert auf einer umfassenden Datengrundlage von insgesamt 52 Printprodukten aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden, die zu repräsentativen Prototypen zusammengeführt wurden. Bewertet wurde nach den international anerkannten Normen *DIN EN ISO* 14040, 14044 und 14067.
Die Studienergebnisse belegen, dass Print unter realistischen Bedingungen klimafreundlicher ist als digitale Formate.
Im direkten Vergleich der beiden untersuchten Werbeformate Prospekte und Zeitunganzeigen schneidet Printwerbung klimafreundlicher ab als Online-Werbung.

Gedruckte Werbung verursacht bei beiden untersuchten Werbeformaten (Prospekte und Zeitungsanzeigen) weniger CO_2 als ihre digitalen Pendants. Auf der Grundlage von ›1 Million Impressionen‹ als Untersuchungseinheit haben gedruckte Werbeprospekte mit 642 kg CO_2-Emissionen einen fünfmal geringeren CO_2-Fußabdruck als Onlineprospekte im PDF-Format (3.360 kg CO_2).

Bezogen auf eine Millionen Impressionen haben gedruckte Werbeprospekte mit 642 kg CO_2-Emissionen einen fünfmal geringeren Fußabdruck als Online-Prospekte im PDF-Format. Bei Anzeigen in Tageszeitungen ist der Unterschied zwar geringer, doch auch hier weist die gedruckte Variante einen Umweltvorteil auf: Print-Anzeigen verursachen nur 67 kg CO_2, Online-Werbebanner hingegen 102 kg CO_2.
Sensitivitätsanalysen zeigen dabei, dass Faktoren wie Papierart, Produktionsweise, Distribution, Datenvolumen und Nutzungsdauer maßgeblich über die Höhe der Umweltwirkung entscheiden. So verbessert der Einsatz nachhaltiger Papiere die Klimabilanz deutlich, während sich längere Betrachtungszeiten digitaler Werbung negativ auswirken. Auch die Reichweite spielt bei gedruckten Produkten eine entscheidende Rolle.
Im Durchschnitt lesen 1,9 Personen einen Werbeprospekt und 2,7 Personen eine Zeitungsanzeige (weil Zeitungen üblicherweise von mehr als einer Person gelesen werden) und verringern damit die Umweltbelastung des einzelnen Produkts. Bei Online-Produkten hingegen bleibt das Treibhausgaspotenzial pro angezeigter Impression konstant.
Julia Rohmann, Referentin für Umweltschutz und Arbeitssicherheit beim *Bundesverband Druck und Medien* und Projektleiterin der Klimainitiative der *Druck- und Medienverbände,* unterstreicht: »Diese Untersuchung liefert eine solide wissenschaftliche Basis, um nachhaltige Strategien in der Werbung objektiv und differenziert bewerten zu können.«

Eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse der Studie online unter: *https://www.bvdm-online.de/bvdm/ branchenportal/umwelt-nachhaltigkeit/studie-print-und-onlinewerbung-im-co2-vergleich*.

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen,
Ausschlachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spieß und Zwiebelfisch
umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und passenden, zeitgemäßen Texten.
Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm. Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.

arcus design & verlag oHG • Ahornweg 20 • 56814 Fankel/Mosel • Telefon: 0 26 71 - 38 36 • info@arcusdesigns.de
oder im Druckmarkt-Shop www.druckmarkt.com