

Less Google – statt Go Paperless

Google will mit seiner Kampagne ›Go Paperless 2013‹ von den Vorteilen einer papierlosen Kommunikation überzeugen und führt vor allem den Umweltschutz an. Die Kampagne ist aber wohl eher der plumpe Versuch, eigene Dienstleistungen zu vermarkten. Die Auswirkungen der eigenen Aktivitäten auf die Umwelt lässt Google dabei unter den Tisch fallen

Von KNUT WASSERMANN

Die ›Two Sides Initiative‹ hat eine Reihe von Fakten zusammengetragen, um mehr Objektivität in die Diskussion zu bringen und aufzuzeigen, dass das Internet per se nicht umweltfreundlicher ist als Print. Denn es ist grundsätzlich nicht ganz einfach, die Umweltauswirkungen der papiergestützten Kommunikation und die des Internets miteinander zu vergleichen.

Sieht man sich die Zahlen aus den USA etwas näher an, zeigt sich, dass die über 2.000 Rechenzentren bereits 2010 mehr Strom verbrauchten als die gesamte Papierindustrie. Drei Prozent von den 76 Mrd. Kilowattstunden gingen dabei übrigens auf das Konto von Google. Mit dem ständig wachsenden Datenvolumen steigt der Energieverbrauch der IT-Branche weiter an und ein Ende ist nicht in Sicht. Zusätzlich hängen am Internet noch Millionen von Laptops, PCs und Tablets, die ebenfalls gierig auf Strom sind. Außerdem wird der Großteil davon in China unter äußerst fragwürdigen sozialen und ökologischen Bedingungen produziert.

Natürlich braucht es Energie, um Papier herzustellen, aber diese kommt vielfach aus erneuerbaren Quellen. So stammen in den USA 65% und in Europa 54% der Energie, die bei der Papier- und Zellstoffproduktion verbraucht werden, aus erneuerbaren Energiequellen. Google bringt es nach eigenen Angaben gerade einmal auf 30%. Papier wird auch bedruckt und auf den Weg zum Emp-

fänger gebracht. Trotzdem ist es nur schwer vorstellbar, dass dafür mehr Energie eingesetzt wird, als für die Produktion und den Betrieb der Abermillionen von digitalen Gadgets, die uns heute umgeben. Zumal die Faustregel gilt, dass 80% des Carbon Footprints von Druckprodukten auf das Papier entfallen.

Unter Rechtfertigungsdruck

Wobei hier keineswegs der Eindruck erweckt werden soll, dass in der globalen Papierindustrie alles eitel Sonnenschein wäre. In wirtschaftlich aufstrebenden Ländern Asiens und Südamerikas gibt es nach wie vor schwarze Schafe unter den Papierherstellern, die Rohstoffe aus nicht zertifizierten Quellen verwenden. Vor Weihnachten etwa hat der WWF aufhorchen lassen, als man in Kinderbüchern deutscher Verlage Fasern aus Tropenholz nachweisen konnte. Der Vollständigkeit halber muss noch darauf hingewiesen werden, dass in den letzten Jahren ein Großteil der Kinderbuchproduktion nach Asien verlagert wurde.

Doch solche Beispiele werden gerne dazu herangezogen, um den Eindruck zu vermitteln, dass für Zeitungen und Zeitschriften rücksichtslos Regenwälder abgeholzt würden. Die gesamte Wertschöpfungskette der papiergestützten Kommunikation gerät dadurch unter Rechtfertigungsdruck und die seit Jahren laufenden Umweltschutzbemühungen verpuffen mit einem Schlag.

Digitaler Schrott

Was bei der Diskussion über die Umweltverträglichkeit der digitalen Kommunikation weitgehend ausgeblendet wird, ist der digitale Schrott. Laut Greenpeace ist elektronischer Abfall der am schnellsten wachsende Bestandteil des kommunalen Abfalls. In Europa wächst E-Abfall bereits um 3% bis 5% pro Jahr, fast dreimal schneller als die gesamte kommunale Menge. Die Anzahl an elektronischen Produkten, die weggeworfen werden, hat in den letzten Jahren deutlich zugenommen und beträgt 20 bis 50 Mio. Tonnen jedes Jahr. Zwar gibt es zumindest in der EU eine Rücknahmeverordnung für Elektrogeräte – von einer Recyclingquote von über 70% in Europa, die die Papier- und Druckindustrie seit Jahren erzielt kann die IT-Branche jedoch nur träumen. Zur Zeit wird schätzungsweise nur ein Drittel Schrotts wird als Sondermüll exportiert und landet auf Deponien in Entwicklungsländern. Papier hingegen durchläuft mehrere Recyclingzyklen und verrottet am Ende seiner Lebenszeit.

Mittlerweile sind auch Google & Co dazu übergegangen, ihre CO₂-Emissionen durch den Kauf von Zertifikaten zu kompensieren. Google spricht sogar davon, dass das Unternehmen seit 2007 durch den Mix aus Effizienzsteigerung in den Rechenzentren, den Einsatz erneuerbarer Energiequellen und die Kompensation

von CO₂-Emissionen klimaneutral sei. Die Papier- und Druckindustrie geht hier jedoch schon einen Schritt weiter. So gibt es mittlerweile klimaneutrale Papiere oder Druckmaschinen und immer mehr Druckereien bieten ihren Kunden die Möglichkeit, die bei der Produktion entstandenen CO₂-Emissionen, durch einen geringen Obolus zu kompensieren. Von einem klimaneutral hergestellten iPad habe ich noch nichts gehört.

Schulterschluss

Wie dem auch sei, sowohl die elektronische und papierbasierte Kommunikation haben Auswirkungen auf die Umwelt. Dass eine papierlose Kommunikation per se umweltfreundlicher sei, ist trotz der Grünfärberei von Google schlichtweg nicht haltbar. Umso unverständlicher ist es, dass es der Papier- und Druckindustrie seit Jahren nicht gelingt, auch außerhalb der Branche ihr aus der Vergangenheit anhaftendes Image als Umweltsünder los zu werden. Die über 100 Mrd. € schwere europäische Papier- und Druckindustrie sollte doch in der Lage sein, ihre Interessen auf nationaler und auch auf EU-Ebene zu vertreten. Ein Schulterschluss der gesamten Wertschöpfungskette für gedruckte Kommunikation ist dringend notwendig, um das Thema Umweltverträglichkeit ein für alle Mal ins rechte Licht zu rücken.



ICH BIN

EIN

SEHR

STARKER

ANREIZ

ZUM

HANDELN

I am the power of print.

Im Durchschnitt werden mit jedem Euro der in Direct Mails investiert wird, 14 € generiert - mit manchen Kampagnen sogar bis zu 40 €. Ob Akquise, Kundenbindung oder Up-Selling - der Erfolg von Direct Mails ist direkt messbar.

Entdecken Sie mehr unter www.print-power.info



Fotografieren Sie den Code mit Ihrem Mobiltelefon, um die Broschüre online zu bestellen.
Den Code-Reader können Sie kostenlos unter www.upcode.fi herunterladen.

**PRINT
POWER**

ADD PRINT, ADD POWER