

Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit von Print schlägt seit vielen Jahren einen deutlichen Weg zur Verbesserung ein. Mit der Einführung strengerer Umweltstandards und dem zunehmenden Bewusstsein für ökologische Verantwortung haben viele Druckereien in Deutschland bedeutende Fortschritte gemacht.

Heute basiert die Produktion von Druckerzeugnissen auf Prinzipien der nachhaltigen Forstwirtschaft und des Recyclings. Papierfasern werden häufig aus Sägewerksabfällen, nachhaltig bewirtschafteten Plantagen oder aus Durchforstungsmaßnahmen gewonnen, die das ökologische Gleichgewicht der Wälder fördern.

Darüber hinaus wird ein Großteil der grafischen Papiere recycelt, was die Nachhaltigkeit der Branche weiter erhöht. Die Druckindustrie trägt auch durch den Einsatz von FSC®- und PEFC™-zertifizierten Papieren dazu bei, dass nur Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet wird. Zudem hat die Druckindustrie ihren CO₂-Fußabdruck reduziert, sodass Druckerzeugnisse weniger als ein Prozent des jährlichen CO₂-Fußabdrucks einer durchschnittlichen Person in Deutschland ausmachen. Diese Entwicklungen zeigen, dass Druckerzeugnisse nicht nur eine tragfähige Option für nachhaltige Kommunikation sind, sondern auch aktiv zum Schutz und zur Förderung der Umwelt beitragen können.





Hierzu ein paar markante Zahlen:

84 % der grafischen Papiere werden in Deutschland recycelt, denn Altpapier ist kein Müll, sondern ein wertvoller Rohstoff

Bei der Papierproduktion werden **90%** des verwendeten Wassers im Kreislauf gefahren und wiederverwendet

Für Printprodukte werden keine Naturwälder gerodet, ganz im Gegenteil wird der Wald in Europa täglich um **1500 Fußballfelder größer**

Viele Druckereien produzieren Ihren Strom selbst. Das ist im Prinzip gesehen auch logisch, denn Energie ist teuer.

Druckprodukte machen **weniger als 1%** des CO₂-Fußabdrucks pro Person in Deutschland aus.

Zum Vergleich:

6% für Strom

15% für Ernährung

18% für Wohnen

19% für Reisen, Flüge und Fahrten

42% für sonstigen Konsum



Printmedien sind trotz der fortschreitenden Digitalisierung weiterhin ein relevanter Teil der Medienlandschaft.

Immer wieder wird danach gefragt, ob Print noch "up-to-date" ist. Das ist hauptsächlich abhängig von den spezifischen Anforderungen und Vorlieben der Leser und Konsumenten. In bestimmten Bereichen, wie zum Beispiel bei hochwertigen Magazinen oder lokalen Nachrichten, bevorzugen viele Menschen nach wie vor die gedruckte Version, beispielsweise Ihrer Tageszeitung oder Produktinformationen von Discountern, Lebensmittelmärkten, Baumärkten etc. Weiterhin sind Bücher immer noch und immer wieder ein elementarer Bestandteil des Prints. Einer der Hauptvorteile ist die haptische Wahrnehmung; das physische Halten und Fühlen von Materialien wie Papier vermittelt ein sinnliches Erlebnis, das digitale Medien nicht bieten können. Dies fördert eine tiefere Verbindung zum Inhalt und kann das Leseerlebnis intensivieren.

UMWELT BEWUSST GEDRUCKT

Der Wald in Europa
wird täglich um 1500
Fußballfelder größer.

Für unsere Druck-
produkte werden keine
Naturwälder gerodet.

Altpapier ist
kein Müll,
sondern ein
wertvoller
Rohstoff.

Weltmeister:
84 Prozent
der grafischen
Papiere in
Deutschland wer-
den recycelt.

Der Energieverbrauch
der Druck- und Medien-
wirtschaft sinkt seit
Jahren.

Bei der Papier-
produktion
werden
90 Prozent
des Wassers
wieder-
verwendet.

Druckprodukte
machen weniger
als 1 % des
CO₂-Fußabdrucks
pro Person in
Deutschland aus.

Nachhaltig kommunizieren mit Print



Printmedien werden oft als seriöser und vertrauenswürdiger wahrgenommen, da sie nicht so leicht wie digitale Inhalte bearbeitet oder gelöscht werden können.

Sie bieten auch eine gezielte Reichweite und ermöglichen eine präzise Ansprache bestimmter Bevölkerungsgruppen und geografischer Gebiete. Zudem gibt es eine Tendenz zur crossmedialen Kommunikation, bei der Inhalte sowohl digital als auch in Printform angeboten werden, um verschiedene Zielgruppen zu erreichen.

Eine Beispielsweise perfekt umgesetzte Printanwendung findet sich in Form dieses Werbeartikel-Katalog wieder!

Dieser Katalog ist ein Arbeitskatalog, unsere Kunden merken sich Produkte, die sie jetzt oder zum späteren Zeitpunkt einsetzen wollen. Markieren die Seiten mit den mitgelieferten Haftnotizen, erstellen Hinweise und schreiben sich Notizen auf. Nicht wegzudenken, wenn im Gegensatz dieser Katalog nur online zur Verfügung stünde und sich immer wieder aktualisieren würde und fortan alle Markierungen und Notizen verschwunden wären.



Und natürlich wurde bei diesem Katalog insbesondere auf die ökologischen Aspekte geachtet. So sind alle Cover aus recyceltem Papier hergestellt. Selbstverständlich handelt es sich um FSC-Papiere und sämtliche mit der Herstellung des Kataloges erzeugten CO2 Emissionen wurden kompensiert!

Es ist auch wichtig zu beachten, dass digitale Medien ebenfalls Umweltauswirkungen haben, insbesondere durch den Energieverbrauch von Servern und Endgeräten sowie durch die damit verbundenen CO2-Emissionen. Eine umfassende Bewertung der Ökologie von Printmedien sollte daher auch den Vergleich mit den Umweltauswirkungen digitaler Alternativen einschließen.

Letztendlich ist die Entscheidung zwischen Print und Digital nicht nur eine Frage der Aktualität oder Ökologie, sondern auch eine strategische Entscheidung, die auf den Zielen und Werten eines Unternehmens oder einer Organisation basiert. Es ist möglich, dass eine Kombination aus beiden Medienformen die effektivste und nachhaltigste Lösung darstellt. Die Herausforderung liegt darin, das richtige Gleichgewicht zu finden, um sowohl den Informationsbedarf des Publikums zu decken als auch einen positiven Beitrag zum Umweltschutz zu leisten.

**TENGLER
WERBEMANUFAKTUR**



Joachim Tengler

Gesellschafter der Tengler Werbemanufaktur - eine Marke der Tengler Druck GmbH

Seit 1977 Druckunternehmer mit Buch- und Offsetdruck, später Digitaldruck. Die Berücksichtigung der ökologischen Aspekte gehört zu unserer Firmenphilosophie. So erzeugen wir auch unseren eigenen Strom und achten auch Energieeinsparmaßnahmen.